

# JDLI

Le Journal Des Loisirs Interactifs  
www.jdli.com

N°210 / 20 Janvier 2012

## REJOIGNEZ VOS HÉROS PRÉFÉRÉS!

23 MARS 2012

**KINECT**  
**HÉROS**  
UNE AVENTURE  
Disney · PIXAR

**KINECT** pour  **XBOX 360**

Microsoft  
Studios

ASOBO

  
**NÉCESSITE**  
LE CAPTEUR KINECT™

**PLAY WITH LIFE<sup>3</sup>**  
"JOUEZ AVEC LA VIE"

**SIMS<sup>3</sup>**

# UN JEU DE BASE DE LUXE !

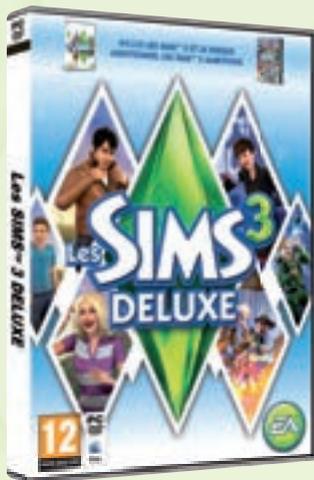
JANVIER

À PARTIR DU

**26**

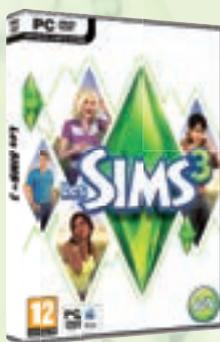
## LES SIMS™ 3 DELUXE (PC/MAC)

Ce coffret comprend le jeu de base LES SIMS™ 3, indispensable pour profiter des nombreux disques additionnels et des différents kits d'objets, et LES SIMS™ 3 AMBITIONS, le disque additionnel le plus vendu. Vos Sims vont pouvoir changer de vie et réaliser tous leurs rêves !



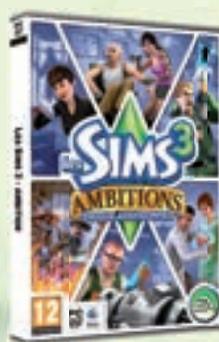
=

JEU DE BASE  
LES SIMS™ 3



+

LES SIMS™ 3  
AMBITIONS



JANVIER

À PARTIR DU

**26**

## LE KIT D'OBJETS SUITES DE RÊVE

(PC/MAC)

Pimentez le quotidien de vos Sims avec des meubles luxueux et des éléments de décoration !

- ◆ Créez votre spa à la maison !
- ◆ Préparez des soirées spéciales grâce à une lingerie chic et sexy !



FÉVRIER

À PARTIR DU

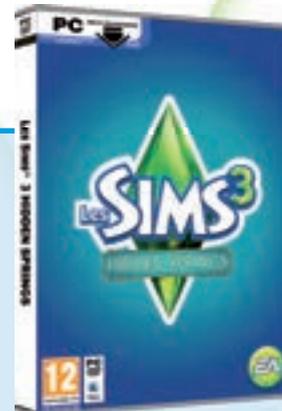
**16**

## CODE IN A BOX HIDDEN SPRINGS

(code de téléchargement)

Téléchargez un tout nouveau monde !

- ◆ Découvrez de nouveaux lieux et de nouvelles histoires !
- ◆ Partez à la recherche de la célèbre fontaine de jouvence !



**PLAY WITH LIFE<sup>3</sup>**  
"JOUÉZ AVEC LA VIE"



# DEVENEZ UNE STAR !

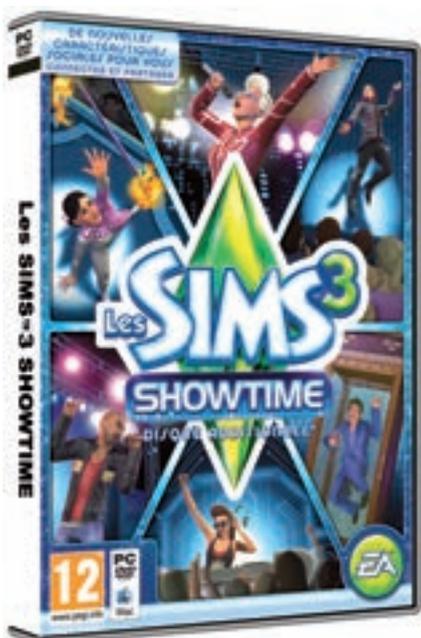
**MARS**

À PARTIR DU

**08**

## LES SIMS™ 3 SHOWTIME (PC/MAC)

Le prochain disque additionnel pour LES SIMS™ 3 fera de vos Sims des stars à part entière. Vous pourrez même les envoyer chez vos amis pour qu'ils montrent de quoi ils sont capables. Une nouveauté très attendue !



### Édition Standard

- ◆ Gérez la carrière de votre Sim, en tant que chanteur, acrobate, magicien, DJ...
- ◆ Peaufinez la mise en scène de vos spectacles : décors, accessoires...
- ◆ Partagez vos exploits sur votre "mur" (depuis la page de votre profil dans le jeu) et envoyez vos Sims se produire dans la partie de vos amis.

### Édition Limitée

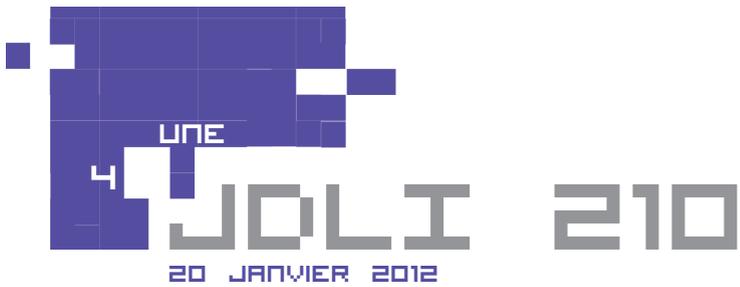
- ◆ Une salle de spectacle et une scène inédites pour que vos Sims fassent le show de leur vie !



DE NOUVELLES  
FONCTIONNALITÉS  
SOCIALES QUI VONT  
RÉVOLUTIONNER  
VOTRE MANIÈRE  
DE JOUER.



**UN POINT DE COUVERTURE BRUTE DE 200 GRP SUR LA CIBLE 15-34 ANS  
PLUS DE 25 MILLIONS DE CONTACTS (RÉSEAUX SOCIAUX, SITES DE RÉFÉRENCE...)  
RELAIS DES ÉVÉNEMENTS PAR LA TÉLÉ, LA PRESSE SPÉCIALISÉE OU GÉNÉRALISTE...**



**free**

# Free Mobile explose les forfaits !

Par le Journal des Télécoms

■ **« Il y aura un avant et un après le 10 janvier 2012 », fidèle à son habitude, Xavier Niel, le patron charismatique de Free, s'est fendu d'un véritable show pour présenter ses deux offres mobiles : 19,99 euros pour du tout illimité voix et data (15,99 euros pour les abonnés Freebox), deux euros pour une offre « petits consommateurs » (60 mn d'appels, 60 SMS) ; cette dernière étant accessible aux abonnés Freebox pour... zéro euro. De nombreux terminaux, dont l'iPhone 4S, sont disponibles en financement sur 12, 24 et 36 mois. Le patron de Free attaque fort : « jusqu'à aujourd'hui, vous avez été pris pour des pigeons par vos opérateurs mobiles, moi, je suis déjà passé sur Free. Votre attente, c'est de téléphoner sans compter, la règle, ça doit être l'illimité », a-t-il déclaré. Le forfait Free illimité à 19,99 euros par mois comporte donc des appels illimités en France métropolitaine & Dom ainsi que 40 destinations dont l'Europe et les Etats Unis, SMS-MMS illimités, et web illimité. « Par rapport aux prix tarifs de 2008, nous avons réduit la facture par 14 ! ». Cadeau pour les**

abonnés Freebox : une remise de quatre euros, qui met donc l'abonnement – toujours sans engagement – à 15,99 euros.

## Les « petits » consommateurs à la fête

Free ne s'est cependant pas limité aux gros consommateurs. Démarrant la rumeur qui lui prêtait l'intention de faire plusieurs offres par paliers de prix et d'usage, l'opérateur s'est également intéressé aux « petits » consommateurs, après avoir fait un tour du marché pour étudier les offres. Résultat des courses, un forfait comprenant 60 mn plus 60 SMS d'appels voix pour deux euros, une offre qui passe à... 0 euro pour les abonnés Free. Hors conditions abonnés Free, c'est-à-dire pour le « tout venant », cela surclasse très largement le prix du forfait RSA, une offre dont Xavier Niel avoue qu'elle est qualifiée en interne de « forfait racket super-arnaque ». Suite page 8

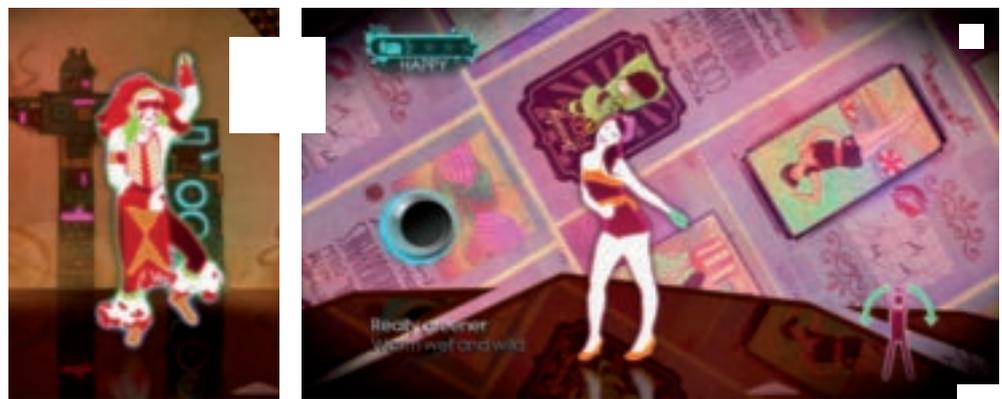
## Fin 2011 : premiers bilans

■ **Les premières semaines de l'année marquent traditionnellement l'ouverture des bilans de l'an passé. En attendant un point complet sur le sujet via GfK pour le prochain numéro du JDLI, les constructeurs ont commencé à faire leurs comptes. Nintendo se félicite ainsi d'avoir écoulé 761 000 Nintendo 3DS sur l'année depuis son lancement en mars. Après des débuts difficiles, la portable semble bien lancée après une baisse de prix et surtout les sorties de hits maison. Le fabricant annonce avoir vendu 775 000 Wii sur l'année et encore 630 000 Nintendo DS. Sony Computer, pour sa part, vient d'annoncer avoir vendu 845 000 PlayStation 3 en France en 2011, pour atteindre un parc total de 3,7 millions de consoles. Avec l'objectif affiché de passer le cap des quatre millions au cours de 2012. Affaire à suivre... (voir aussi page 12 l'interview de François Klipfel)**

## Edito Serrer les coudes

Le début d'année commence mal pour la France. La perte du triple A, et quoique l'on puisse penser par ailleurs du pouvoir des agences de notation, est évidemment une mauvaise nouvelle pour la consommation. Déjà que les marchés des loisirs interactifs sont loin d'être à la fête... IT, EGP, Photo, mais aussi jeu vidéo tant sur le versant hard que le versant soft, tous les marchés ont perdu du terrain en 2011, à l'exception des Télécoms. Cependant, à y regarder d'un peu plus près, des signes positifs sont bien là. Les tablettes se sont très bien vendues en fin d'année et le travail réalisé par Intel pour promouvoir l'ultrabook pourrait permettre à l'IT de tirer son épingle du jeu. Des segments comme les casques audio se portent très bien. Le livre électronique constitue une nouveauté qui reçoit un bel accueil des consommateurs. Et côté jeux vidéo, les blockbusters de fin d'année ont performé à des hauteurs tout à fait respectables. La Nintendo 3DS a finalement bien décollé en fin d'année, une fois les softs bel et bien là, et la PS3 est encore très vigoureuse. Les consommateurs ne s'éloignent pas du jeu vidéo, au contraire. Plus que jamais, il va falloir que fournisseurs et distributeurs travaillent de concert pour séduire et convaincre. Plus que jamais, ils vont devoir agir en partenaires capables de créer de la valeur plutôt qu'en adversaires cherchant à exploiter au mieux les faiblesses de l'autre. Un vrai challenge pour une année compliquée. Bonne année à toutes et à tous.

Sébastien Anxolabéhère



## Ubisoft, juste dense



■ **Le troisième trimestre fiscal de l'éditeur français Ubisoft s'est soldé par un résultat supérieur aux attentes. A 650 millions d'euros, alors que le consensus espérait entre 580 et 620, la période des Fêtes est une excellente surprise. Le succès colossal de Just Dance 3, première vente sur Wii en France mais aussi dans de nombreux pays (un titre même numéro 1 des ventes au Japon !).**

« Assassin's Creed Revelations a réalisé une solide performance, en ligne avec nos attentes et Just Dance a enregistré des ventes exceptionnelles. Le trimestre a également été marqué par la poursuite de la croissance de notre chiffre d'affaires online », a déclaré Yves Guillemot, Président de la société. Cette belle performance permet à Ubisoft d'anticiper un chiffre d'affaires annuel supérieur aux prévisions. Il est attendu entre 1,050 et 1,080 milliard d'euros contre 1,04 milliard. « Nous continuons ainsi de progresser vers l'amélioration de notre performance financière et vers le retour à une génération de trésorerie positive attendue pour l'exercice 2012-13 », conclut Yves Guillemot.

# KONIX

ENTER THE GAME\*



LA GAMME PS VITA **KONIX** DISPONIBLE AU LANCEMENT



AC & CAR CHARGER



PROTECTOR PACK



SCREEN PROTECTOR



STARTER PACK



TRAVEL PACK

**RENTABILITÉ :**

BÉNÉFICIEZ DE MARGES EXCEPTIONNELLES

**FIABILITÉ :**

PROFITEZ D'UNE GARANTIE **3 ANS** SUR  
TOUTE LA GAMME KONIX



**DIVERSITÉ :**

DÉCOUVREZ UNE LARGE GAMME D'ACCESSOIRES  
POUR TOUS SUPPORTS



BLUETOOTH HEADSET



WIRELESS CONTROLLER



HIGH SPEED HDMI CABLE



STARTER PACK

# KONIX

[www.konix-interactive.com](http://www.konix-interactive.com)

Contact Commercial : Thomas Nicodème

GSM : +33 6 74 095 901

Office : +33 1 48 107 583

Em@il : [t\\_nicodeme@innelec.com](mailto:t_nicodeme@innelec.com)

©2011 Konix. Tous droits. Konix est une marque déposée d'IMM S.A. PS Vita™, PS3™, PSP™ sont des marques déposées de Sony®. DSi™, DSi XL™, DS Lite™, 3DS™ and Wii™ sont des marques déposées de Nintendo®. Xbox 360™ est une marque déposée de Microsoft®. Tous les autres droits d'auteurs, marques et marques déposées sont la propriété de leurs auteurs respectifs. \*ENTREZ DANS LE JEU

# SOMMAIRE

# 6 JDLI 210

20 JANVIER 2012

## MARCHÉ

- 8** News
- 12** Interview : GfK  
François Klipfel, Directeur général adjoint, GfK Retail and technology France
- 16** Interview : Malls  
Frédéric Giraud, Fondateur de l'agence

## SOFTWARE

- 18** News
- 22** Focus : 2012 côté jeux  
Un point sur les moments forts attendus au cours de l'année qui débute
- 28** Focus : Soul Calibur V  
Retour d'une franchise star du jeu de combat

## HARDWARE

- 30** News
- 34** Focus : 2012, ce qui devrait marcher  
Passage en revue des produits qui devraient « faire » l'année à venir
- 38** Focus : Asus Transformer Prime  
La première tablette next-gen
- 42** Panorama : Enceintes autonomes sans fil  
Six modèles en revue, entre 79 et 600 euros

## GUIDES

- 46** Hardware
- 48** Jeux vidéo
- 50** DVD vidéo et Blu-ray



## GfK : Bilan et perspectives

Rencontre avec François Klipfel, Directeur général adjoint de GfK Retail and Technology France, qui revient pour le JDLI sur l'année 2011 et nous livre en primeur les grands enseignements que l'on peut tirer de cette année difficile pour le marché des biens technologiques ainsi que les tendances pour 2012.



## Malls, spécialité animation commerciale

Frédéric Giraud, Fondateur de l'agence Malls, nous explique le positionnement de la société, spécialiste de l'animation en centre commercial et qui a élargi son portefeuille de compétences avec le street marketing notamment.



## 2012 côté jeux

PlayStation Vita, Wii U, éventuelles annonces de nouvelles consoles Microsoft ou Sony mais aussi des blockbusters attendus comme Mass Effect 3, Tomb Raider, Bioshock Infinite... De quoi l'année 2012 du jeu vidéo pourra-t-elle être faite ?



## 2012, ce qui devrait marcher

Smartphones, casques audio, tablettes... Quelles seront les tendances pour l'année qui vient de débiter ? Ce dossier de quatre pages parcourt, catégorie par catégorie, les machines qui devraient tenir la vedette dans les linéaires et permettre de générer de la valeur dans une période économiquement morose.



# JDLI

le Journal des Loisirs Interactifs

66/72 rue Marceau  
93 100 Montreuil-sous-Bois  
Tél. : 01 41 58 58 20  
Fax : 01 48 58 55 34

**Directeur de la publication**  
Laurent Guerdier

### RÉDACTION

**Directeur des Rédactions**  
Stéphane Kauffmann  
01 41 58 58 25  
skauff@microcoop.com

**Rédacteur en chef**  
Sébastien Anxolabéhère  
01 41 58 58 26  
sanxo@microcoop.com

**Rédacteur en chef adjoint**  
Patrick Hellio : 01 41 58 58 27  
phellio@microcoop.com

**Secrétaire de rédaction**  
Guy Pichard  
guy@microcoop.com

**Journalistes**  
Benoît Dupont, Jean-Luc Marianna, Roland Marianna et Pierre Stemmelin

**Photographe**  
Guy Pichard  
**A collaboré à ce numéro :**  
Marie-Sylvie Maufus

### PUBLICITÉ

**Directeur de publicité**  
Miguel Mato : 01 41 58 58 23  
miguel@microcoop.com

**Directeur de clientèle**  
Pierre Bon : 01 41 58 59 21  
pierre@microcoop.com

**Directeur de clientèle**  
Florian Picard : 01 41 58 59 22  
florian@microcoop.com

**Directeur de clientèle**  
Bernard Bibas : 01 41 58 59 23  
bernard@jdt.fr

### MAQUETTE

**Directrice Artistique**  
Anastasia Babic  
anastasia@microcoop.com

**Rédacteurs graphistes**  
Benoît Maurice  
Christophe Monfort

**Le Journal des Loisirs Interactifs** est édité par Microcoop, SARL au capital de 30 000 euros. Siège social : 66/72 rue Marceau - 93100 Montreuil-sous-Bois.

**Site Web :** www.jdli.com

**Principaux actionnaires :**  
Stéphane Kauffmann et Laurent Guerdier

**Imprimé par lapca**  
83 490 Le Muy  
ISSN : 1633 - 7123  
Dépôt Légal : A parution

**Prix de l'abonnement :**  
22 numéros pour 1 an pour la France Métropolitaine : 79 euros. Prix de l'abonnement pour l'étranger : nous consulter. L'envoi de tout texte, photo ou document implique l'acceptation par l'auteur de leur libre publication dans le journal. Les marques citées par le JDLI le sont dans un but informatif. Crédits et copyright DR : Tous droits réservés.

**S**  
**SOUL**  
by Ludacris

Des années de recherche menées par les plus prestigieux ingénieurs de l'industrie audio apportent une gamme professionnelle de casques haute définition, testés et validés par les plus grands artistes et DJs, enfin disponible pour le grand public.

[www.soulbyludacris.fr](http://www.soulbyludacris.fr)



SL300



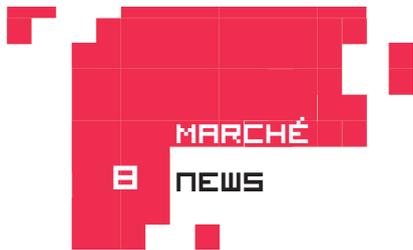
SL150



SL100

CASQUES AUDIO PRO  
HAUTE DÉFINITION

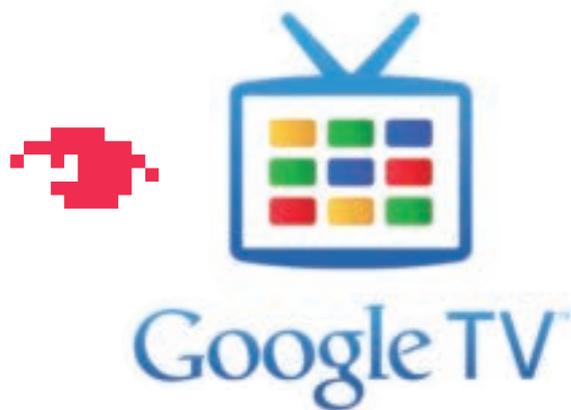
Création et réalisation : [www.graphoblique.fr](http://www.graphoblique.fr)



Et Mii  
et Mii  
et Mii...



■ 214 millions. C'est le nombre de personnages virtuels de Nintendo 3DS et Wii atteint en 2011, dont plus de 73,2 millions en Europe. Si en Europe la population de Mii est presque aussi féminine que masculine, dans certains pays les personnages Mii féminins sont les plus nombreux (au Royaume-Uni, en Espagne et aux Pays Bas). Ce chiffre devrait continuer de croître en 2012, grâce notamment à l'éditeur Mii automatique de la 3DS. Laurent Fischer, Directeur général Marketing et Relations Publiques de Nintendo of Europe, a commenté : « D'après nos études, les Européens aiment bien jouer avec leurs personnages Mii. Avec l'éditeur Mii et la fonction StreetPass de la Place Mii sur Nintendo 3DS, de plus en plus d'utilisateurs peuvent découvrir cette expérience de jeu, créer et partager leurs personnages Mii. »



## Onlive avec Google TV

■ A l'occasion du CES de Las Vegas, Google a annoncé que sa Google TV comporterait une application « OnLive Viewer » pour accéder au service de cloud gaming OnLive. Le service sera bien évidemment accessible par abonnement. Aux Etats-Unis, des éditeurs comme Electronic Arts ou Ubisoft sont d'ores et déjà partenaires de Onlive. Google TV est une plate-forme Internet accessible depuis un téléviseur embarquant Android, le système d'exploitation de Google. LG, Sony et Samsung sont notamment partenaires.

(suite de la une)



## Free explose les forfaits

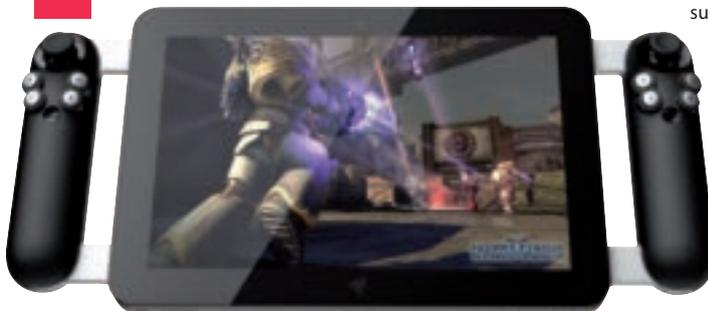
« L'oligopole de trois opérateurs s'est entendu avec l'Etat pour faire 40 mn voix et 40 SMS pour 10 euros, c'est un scandale. En plus, la minute hors forfait est facturée 0,38 euros chez Orange et SFR et 0,25 euros chez Bouygues Telecom, chez Free, c'est 0,05 euros. Et le SMS hors forfait est facturé 0,01 euros, versus 0,10 euros chez Orange et SFR et 0,09 chez Bouygues Telecom. C'est aux plus démunis qu'on fait payer le plus cher », s'insurge le patron de Free, qui divise ainsi par cinq un forfait qualifié de social, mais qui est accessible à tous chez lui. Conscient de l'importance de l'offre de terminaux dans la téléphonie mobile, Free en propose de nombreux, dont le fameux iPhone 4S (à partir de fin janvier). On y trouve aussi des Samsung (Galaxy SII, Galaxy Ace et Galaxy Y), des ZTE (Blade S et F160), un Huawei (U8350) et Blackberry Curve 3G.

« Mais si on veut un portable avec son abonnement, il est important de séparer le forfait et le mobile », commente Xavier Niel. Free propose donc ses téléphones avec des offres de paiement en 12, 24 ou 36 mois « sans frais » ; l'offre de crédit étant assumée par CACF (Crédit Agricole Consumer Financing), la maison mère de Sofinco. Un rapide calcul permet toutefois de constater que les prix pratiqués sur les offres « financées » équivalent à un taux d'intérêt de l'ordre de 9% par rapport aux prix constructeur. Le crédit reste cependant totalement déconnecté de l'offre d'abonnement. On peut quitter Free en continuant à payer son mobile. Les offres de Free Mobile sont réservées sous cette forme aux trois premiers millions d'abonnés. « Ensuite, explique Xavier Niel, tout est possible : ces prix peuvent descendre comme ils peuvent monter ». Et si les grands opérateurs – comme les MVNO – préparent déjà depuis des mois la riposte à coup d'offres « SIM Only » (sans téléphone) et sans engagement, il faut s'attendre à une nouvelle salve dans les jours qui viennent pour contrer l'offre de l'entreprise de Xavier Niel.

## Fiona dans les pas d'Apple ?

■ Razer a profité du CES pour présenter son nouveau concept : le Projet Fiona. Cette tablette PC pour le jeu vidéo est pensée pour jouer aux jeux PC les plus populaires à ce jour grâce à un système de contrôle intuitif élaboré pour jouer n'importe où dans les meilleures conditions.

Razer a travaillé en étroite collaboration avec Intel pour exploiter au maximum la puissance de leur troisième génération de processeur Intel Core i7 au sein du projet Fiona. Ainsi la tablette Razer s'apparente plus à un PC offrant toutes les fonctions habituelles, mais dans un format de tablette apprécié de tous aujourd'hui. Au lieu de compter sur les développeurs pour travailler sur de nouvelles applications pour le Projet Fiona, il a été conçu pour faire fonctionner les jeux PC sans avoir besoin de faire d'adaptation, d'optimisation ou de les développer de zéro. De plus, le Projet Fiona intégrera l'un des processeurs les plus puissants disponible sur une tablette PC. Au lieu des jeux spécialement édités pour les appareils mobiles, fonctionnant sur des tablettes manquant de puissance, le Projet Fiona fera fonctionner les véritables jeux PC comme on ne les a jamais vus à ce jour sur une tablette.



# CREATIVITY UNLEASHED

## CASQUES DJ



### HDP DJ-Pro M1001

- Casque DJ Professionnel fermé, avec isolation passive
- Drivers taillés pour l'écoute analytique
- Sensibilité de 107 dB à 1 mW
- Large plage de fréquence (5 Hz à 30 kHz)
- Drivers de 50 mm de diamètre et de 32 ohms



### HDP DJ-Adv G501

- Casque pour DJs avancés, avec isolation passive
- Une écoute dynamique et précise
- Sensibilité de 102 dB à 1 mW
- Réponse en fréquence de 10 Hz à 25 kHz
- Drivers de 50 mm de diamètre et de 32 ohms



### HDP DJ M40.1

- Un look résolument DJ pour un son clair et pur
- 2 axes de rotation
- Sensibilité de 95 dB à 1 mW
- Réponse en fréquence de 20 Hz à 20 kHz

Digital Core. Analog Roots.



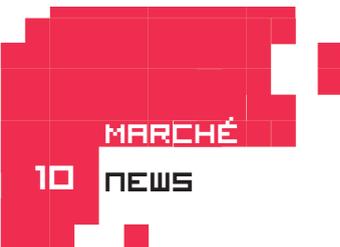
Développé par Hercules, une équipe experte de l'audio depuis 20 ans. Par les créateurs du premier contrôleur DJ à double platine avec interface audio pour ordinateur.



[www.hercules.com](http://www.hercules.com)  
[www.herculesdjmixroom.com](http://www.herculesdjmixroom.com)

\* Parce que l'ambition et le talent sont vos moteurs. \*\* Coeur Numérique. Racines Analogiques.

© 2012 Guillemot Corporation S.A. Hercules est une marque déposée de Guillemot Corporation S.A. Tous droits réservés. Apple®, le logo Apple®, et mac OS® sont des marques et/ou des marques déposées de Apple Computer, Inc. Toutes les marques et noms de marques cités appartiennent à leurs propriétaires respectifs. Photos et illustrations non contractuelles.



# Zynga

## peine en bourse

■ **L'éditeur de jeux en ligne très présent sur Facebook Zynga, introduit sur la bourse de New York mi-décembre, a-t-il eu des ambitions démesurées ?** Le titre a perdu 20 % en trois semaines, passant de 10 à huit euros. Valorisé à son introduction 8,9 milliards de dollars, Zynga comptait lever un milliard pour continuer à se développer. Mais si son modèle économique de vente d'items in-games semble validé, il recèle un problème majeur aux yeux des investisseurs : trop peu de joueurs acceptent d'ouvrir leur portefeuille, même si ceux qui le font l'ouvrent grand. Selon Macquarie Equities Research, seuls 2,2 % des joueurs de jeux Zynga payent. Cela représente 3,4 millions de comptes qui dépensent 280 dollars par an sur 150 millions d'inscrits. Une très forte concentration que n'est pas faite pour rassurer les donneurs d'ordre.



# La VOD

## séduit selon Mediamétrie

■ **Si ce n'est pas encore une déferlante, ça commence à ressembler à une vraie vague : la VOD, connue de neuf internautes sur 10 en séduit deux sur 10.** Mediamétrie a publié début janvier un étude sur la VOD en France, d'où il ressort que le nombre d'adeptes de la VOD en France est en croissance. Puisque le prix demeure le frein principal pour les non-consommateurs, on retrouve logiquement en tête des consommateurs les classes supérieures. Ainsi, dans les CSP +, 27 % consomment de la VOD.

D'une façon générale, les plus consommateurs sont les hommes de 25 à 49 ans, mais un individu sur quatre entre six et 14 ans a déjà visionné un film en VOD. Logiquement, le téléviseur est l'écran privilégié par les « VODistes », avec 60 % des consommateurs ayant déjà visionné sur TV. Mais un tiers l'ont déjà fait sur PC. La tablette et le smartphone demeurent à la traîne. A la question du type de programme visionné, les VODistes répondent très massivement « des films » (95 % sur TV, 75 % sur PC).

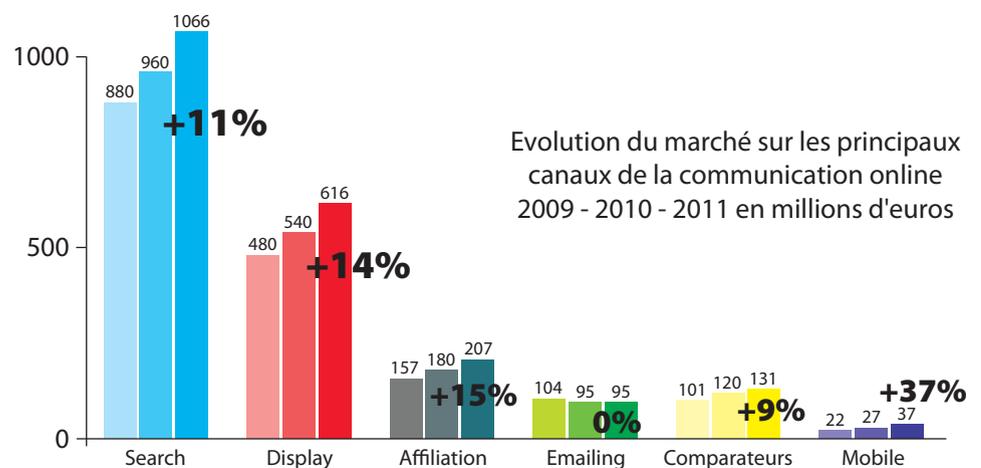


# La vidéo booste la pub sur Internet

■ **2011 n'aura pas été une mauvaise année pour les investissements publicitaires, loin de là. Ils ont crû de 11 % vs 2010 en France pour atteindre 2,561 milliards d'euros.** Les résultats de l'étude annuelle du Syndicat des Régies Internet et Cap Gemini rapportée par Les Echos montre que les deux types de communications publicitaires les plus fréquents demeurent les search, et le display classique. Le premier, constitué essentiellement de liens sponsorisés (et qui fait une partie de la fortune de Google) réalise + 11% à 1,066 milliards d'euros et le second (les publicités graphiques classiques), à 616 millions d'euros gagne 15 %. Elles profitent notamment de l'intérêt des annonceurs pour les réseaux sociaux. Les pub vidéo qui viennent prendre place généralement avant la vidéo que l'internaute souhaite regarder (les lecteurs familiers de YouTube voient bien de quoi il s'agit) ont rapporté le double sur un an, mais restent tout de même à un modeste 60 millions d'euros. Les opérations spéciales représentent 55 millions. Comme nous en parlions récemment (JDLI 208), les « ad exchanges » et leur système de vente d'emplacement aux enchères en temps réel semblent promis à un bel avenir. Elles représentent d'ores et déjà 13,6 % du CA de la pub display aux Etats-Unis. Par ailleurs l'étude note que les annonceurs montrent un intérêt de plus en plus important pour la vidéo « in stream » (vidéo publicitaire intégrée dynamiquement dans un contenu vidéo diffusé en streaming).

### Perspectives 2012

L'étude estime que si les investissements plurimédia devaient souffrir de la situation économique-politique au premier semestre, Internet devrait continuer à croître, devenant presque une valeur refuge, compte tenu du coût d'entrée plus faible et d'un retour d'expérience positif de leurs e-investissements en période de crise. De plus, les marchés localisés devraient être de plus en plus dynamiques, grâce notamment à une adaptation des offres. Au global, le marché de la publicité en ligne pourrait atteindre 2,7 milliards en 2012. « *Le marché du digital est en route pour franchir la barre symbolique des 20% du marché publicitaire avant 2014. C'est la reconnaissance de l'efficacité du média, de sa capacité à créer les connexions nécessaires avec les consommateurs et de la puissance de caisse de résonance des plateformes de communication. A l'ère de la maturité, le média devra aussi s'attaquer à des enjeux importants de mesure d'audience* », précise Sébastien Danet, Président de l'UDECAM, Union des Entreprises de Conseil et d'Achat Medias.



# TP-LINK®

## Imaginez un réseau à 500 Mbps



Adaptateurs CPL  
Gigabit AV500  
TL-PA511

- Jusqu'à 500 Mbps pour un streaming HD multiple
- Excellente flexibilité avec le port Gigabit Ethernet
- Mode économie d'énergie
- Bouton « Pair » pour une sécurisation aisée du réseau
- Plus jamais de câbles redondants: branchez et c'est parti !

Renseignez-vous sur les adaptateurs CPL de TP-LINK



Adaptateur CPL AV200+  
avec prise secteur intégrée  
TL-PA251



Extenseur CPL sans fil N  
300Mbps AV200  
TL-WPA281



Mini-adaptateur CPL AV200  
TL-PA211



Mini-adaptateur CPL AV200  
TL-PA210

Adresse du bureau : TP-LINK France SARL, 16 rue Grange Dame Rose, 78140 Vélizy-Villacoublay, France  
E-mail : [sales.fr@tp-link.com](mailto:sales.fr@tp-link.com) website : [www.tp-link.fr](http://www.tp-link.fr)

TP-LINK est le premier fournisseur mondial de CPE sans fil et haut débit et affiche la croissance la plus importante sur le marché européen des fabricants réseaux. TP-LINK conçoit des produits fiables et de grande qualité, tout en proposant une gamme tarifaire très compétitive. Sa garantie de 3 ans est un gage de fabrication exemplaire. Copyright © 2012 TP-LINK TECHNOLOGIES CO., LTD. Tous droits réservés.

**Garantie  
3 ans**



Entretien avec

**François Klipfel**  
 Directeur général adjoint, GfK  
 Retail and Technology France



# Bilan et pe



## JDLI : Comment s'est comportée la période des Fêtes ?

François Klipfel : En fait, la période des Fêtes n'a pas été mauvaise. Décembre a même été plutôt bon, surtout comparativement à la première partie de l'année. Cependant, il faut aussi prendre en compte que la comparaison se fait par rapport à un mois de décembre 2010 absolument catastrophique, en partie à cause des phénomènes climatiques de l'époque. Par ailleurs, décembre 2011 a compté un samedi de plus avant Noël, ce qui a un impact non négligeable sur les ventes. Pour autant, c'est un bon résultat, bien meilleur que ce que les premiers mois de 2011 laissaient augurer.

## Et si on étend l'analyse à tout 2011 ?

Globalement, l'ensemble du marché des biens technologiques frôle un chiffre d'affaires de 17 milliards d'euros, soit un recul de 4 %. C'est donc une année difficile qui se traduit par des reculs sur pratiquement tous les marchés comme nous l'avions d'ailleurs prévu. Il n'y a que pour l'EGP où nous avons été un peu optimistes car nos prévisions étaient de -5 % en valeur alors que l'année se termine sur -11 % et sur une accélération de l'effondrement du prix moyen. Les volumes ont été confortables mais la chute si forte que la baisse est importante. Le marché de l'IT s'en sort avec les honneurs et un résultat quasi stable à moins 1 %. La photo recule de 4,5 % en volume, mais cela s'explique sans doute en bonne partie par les catastrophes naturelles qui ont eu lieu en Asie. En revanche, la croissance en valeur du marché télécom s'est confirmée à plus 5 % comme nous l'avions prédit.

## Et que peut-on attendre du marché dans son ensemble en 2012 ?

Malheureusement, il faut encore prévoir une baisse. Si en 2011 l'ensemble des biens technologiques ont fait un chiffre

François Klipfel revient pour nous sur l'année 2011 et nous donne la primeur des grands enseignements que l'on peut tirer de cette année difficile pour le marché des biens technologiques. Il nous dévoile aussi les premières prévisions pour 2012 et nous parle des catégories les plus emblématiques de notre industrie.

Par Stéphane Kauffmann





FRANÇOIS KLIPFEL



semestre mauvais et un second globalement bien meilleur. Cependant, novembre a vu le segment 400 euros passer pour la première fois la barre des 50 % de ventes. Cette paupérisation du marché rend la percée des ultrabooks difficile, à moins de théâtraliser et de faire envie sur le point de vente. Le desktop continue son déclin avec -17 % en volume et -18 % en valeur. Il n'y a que le tout-en-un qui se maintient mais reste stable en proportion avec environ un cinquième des ventes. Les moniteurs sont également en difficulté avec 1,1 million de pièces contre 1,4 en 2010 et deux millions en 2009. Le marché a donc été divisé par deux en deux ans ou presque. Sur 2012, le marché de l'IT devrait être stable également, les tablettes compensant la baisse d'autres catégories avec un chiffre d'affaires qui devrait avoisiner les 500 millions. Ces perspectives sont donc plutôt encourageantes en comparaison de l'ensemble des biens technologiques.

# perspectives

## Le marché des télécoms devrait aussi tirer son épingle du jeu ?

On pourrait presque parler du seul marché des smartphones. En novembre, les ventes ont atteint les 50 % du téléphone mobile au

de 16,9 milliards, il faut rappeler que ce chiffre s'établissait à 17,2 milliards en 2006 et que 2011 est donc plus bas que cinq ans auparavant. On pensait le marché au global installé entre 17,5 et 18 milliards d'euros mais malheureusement ce n'est pas le cas. Il est probable qu'en 2012, la valeur s'établisse aux alentours de 16 milliards d'euros.

### Si on regarde d'un peu plus près les principales catégories, est-ce que le constat est plus nuancé ?

#### Pour la TV ce n'est pas dans le bon sens sans doute ?

L'image et le son ont été en difficulté en 2011 et cette année ne sera sans doute pas meilleure. La TV représente à elle seule 60 % du marché de l'EGP. Donc quand la TV va mal... Et il n'y a pas de raisons que ça aille mieux en 2012 car l'année passée a vu la fin du processus de coupure de l'analogique, ce qui a encore fortement dynamisé les ventes. Paradoxalement, le niveau fut d'ailleurs exceptionnel avec 8,7 millions de téléviseurs, un record historique et absolu. Rappelons qu'en 2000, ce chiffre n'était que de cinq millions. A partir de maintenant, il va falloir assumer un recul programmé car le marché ne pourra pas se maintenir à plus de huit millions de pièces. Certes, la durée de vie d'un téléviseur est plus courte - aux alentours de cinq ans en moyenne - mais pour autant le renouvellement et le multi-équipement ne pourront suffire à maintenir plus que six à 6,5 millions de pièces à terme, sauf évolution technologique si majeure qu'elle pousserait massivement au remplacement. Ce marché va donc affronter quelques années difficiles, le temps de se réguler sur cette nouvelle donne. Si la valeur a baissé en 2011 dans de fortes proportions à moins 11 % alors que le volume était encore en croissance, il est évident que l'on peut craindre pour l'avenir si les constructeurs ne trouvent pas un moyen pour endiguer la chute de valeur avec un prix moyen qui est passé de 500 euros en 2010 à 430 euros en 2011 !

#### Le marché de l'IT est-il plus réjouissant ?

Oui, du moins en partie. Si l'ensemble de l'IT finit

l'année de manière quasi étable, c'est à mettre avant tout au crédit des tablettes. Le seul mois de décembre aura permis de vendre 450 000 tablettes, soit autant que pendant toute l'année 2010. Sur 2011, les volumes ont atteint 1,45 million de pièces ! Et nous prévoyons 2,9 millions pour 2012, soit le double, et c'est sans doute un chiffre conservateur. De plus et contrairement à ce que l'on pouvait craindre, cela n'a pas cannibalisé les autres catégories de l'IT. Ainsi, il se sera vendu plus d'un million de netbooks ce qui représente certes une baisse de 150 000 par rapport à 2010, mais ce n'est pas si élevé car c'était évidemment le segment le plus exposé. Cela fait désormais plus de tablettes que de netbooks, mais ces derniers résistent bien même si c'est essentiellement en premier prix. Les tablettes ont donc vraiment trouvé leur public qui n'hésite pas à investir. D'ailleurs, la moitié de ventes se fait sur une capacité de 16 Go. En revanche, la 3G ne représente que 15 % des ventes, c'est donc essentiellement un produit WiFi que l'on utilise beaucoup à la maison. La tablette y est un nouvel écran que l'on pose sur le canapé ou le lit. C'est peut-être même ce fameux quatrième écran que l'on attendait. Ce sera sans doute aussi un téléviseur complémentaire dans de nombreux foyers, accaparant ainsi une partie du multi-équipement. On peut aussi penser qu'il y aura plus ou moins fusion avec le netbook à terme.

#### Et côté ordinateurs portables ?

Les ordinateurs portables sont toujours en croissance avec 4,1 millions d'unités soit plus 7 % en volume et une valeur qui est stable avec un prix moyen qui baisse pour atteindre désormais 560 euros. L'année 2011 fut cependant très diverse avec un premier



« Le seul mois de décembre aura permis de vendre 450 000 tablettes, soit autant que pendant toute l'année 2010. »

global et les ont dépassés au mois de décembre. 77 % du chiffre d'affaire vient du smartphone. Dans un avenir pas très lointain, on ne vendra plus que des smartphones si la tendance se confirme. Et malgré une démocratisation évidente avec des premiers prix hors subventions désormais à 150 euros, la valeur est bien préservée. Le smartphone est un produit qui bénéficie d'un véritable engouement qui ne diminue pas, au contraire.

#### Qu'en est-il du marché de la photo ?

C'est un marché qui n'a pas été en grande forme cette année mais avec de bonnes raisons et notamment le tsunami au Japon qui a eu un réel





impact. Au global, on sera à -4,5 % en volume et -6 % en valeur, ce qui représente finalement une baisse contenue au regard de ce qui s'est passé. C'est surtout le compact qui a souffert avec 4,2 millions de pièces contre 4,55 en 2010. La valeur a reculé plus nettement avec -17 %. L'hybride est certes en croissance mais avec 70 000 unités vendues, cela reste un

micromarché. En 2012, la croissance devrait être de l'ordre de 60 % sur ce segment. Les bridges se sont bien tenus avec 435 000 pièces contre 355 000 et +20 % en valeur. Les reflex ont un peu reculé avec 515 000 unités contre 540 000 en 2010 mais cela s'explique sans doute par le peu de nouveautés. Pour autant, le prix moyen augmente et retrouve des valeurs comparables à 2009 de l'ordre de 640 euros. En 2012, les compacts vont sans doute chuter sous les quatre millions. Au global du marché photo, on s'attend à un chiffre d'affaires de l'ordre du milliard d'euros, soit environ -5 % en valeur. Le volume devrait reculer à nouveau d'environ 4 %. C'est donc un secteur qui se tient bien quand on considère que le taux

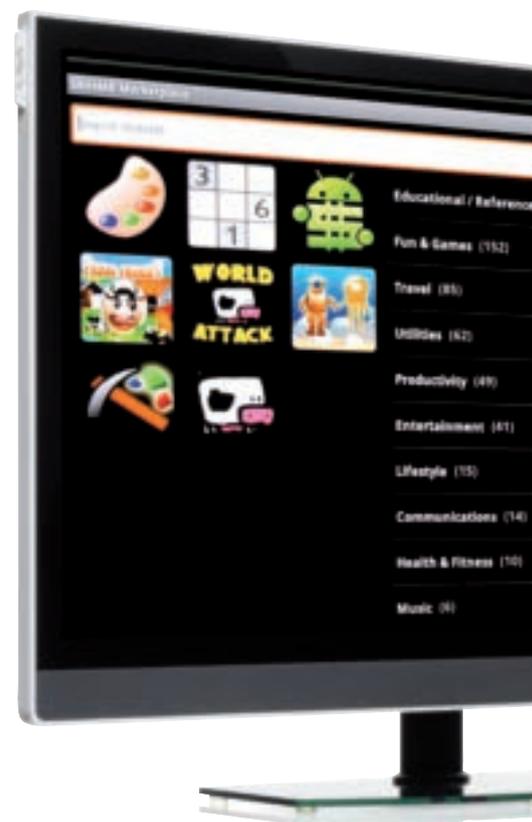
désormais sur des marchés de renouvellement, de multi-équipement et de coups de cœur. Si on n'est pas sur un de ces créneaux, le consommateur passe son tour, surtout en ces temps de crise générale. Ceux qui disposent du produit coup de cœur y arrivent, les autres se battent sur un terrain de jeu réduit pour séduire les primo-accédants restants et ceux qui veulent ou doivent renouveler. Dans cette catégorie de consommateurs, une majorité saisit les opportunités commerciales ce qui revient souvent à une bataille autour du prix. La crise n'est pas à l'origine de celle qui affecte le marché des biens technologiques, comme l'a d'ailleurs prouvé un mois de décembre plutôt satisfaisant mais il faut arriver à s'imposer dans un contexte plus difficile. Le marché baissera encore un peu en 2012 et c'est tout à fait normal. La difficulté est de gérer cette décroissance programmée, tout comme ce fut le cas pour la croissance phénoménale qui a précédé. Le marché va ensuite se stabiliser, sur de très belles valeurs d'ailleurs. La question qui se pose donc avant tout, c'est comment créer de la valeur dans cette stabilité et donner envie d'acheter des produits à valeur ajoutée. Ce sont surtout des moyens marketing qu'il s'agira de mettre en œuvre.

**Dans ce contexte, comment se profilent les succès et les échecs pour cette année ?**

Déjà, il est peu probable que la situation change beaucoup, les évolutions devraient être comparables. Ainsi, le marché le plus important, soit celui de la TV, devrait être en recul en volume comme en valeur. Cela aura un impact fort mais dont les proportions sont difficiles à cerner. Espérons que les industriels sauront créer de la valeur pour éviter un recul de

l'ordre de 25 % en valeur si le prix moyen continue à baisser dans les mêmes proportions. A l'opposé, il y a des catégories certes

moins volumiques mais qui devrait compenser en partie, comme les tablettes. Il y a aussi des segments très réjouissants comme le casque audio par exemple avec une très bonne année 2011 à +10 % en volume et +18 % en valeur. C'est d'ailleurs un des seuls où la valeur progresse plus vite que le volume. Il en va de même sur les accessoires son qui ne croîtront sans doute pas en volume mais dont la valeur devrait encore augmenter. L'enceinte MP3 devrait également continuer à afficher une croissance plus forte sur la



valeur que sur le volume favorisée par un renouvellement pour des produits sans fil avec des prévisions 2012 similaires à 2011, soit +13 % en valeur et +11 % en volume.

**Le livre électronique dispose maintenant d'une offre crédible en France, comment voyez-vous son évolution en 2012 ?**

Je crois qu'il y a la place pour un marché pertinent qui apporte des choses différentes. Grâce à une offre désormais crédible qui s'enrichit, ce marché va se développer cette année. Il est juste difficile de prédire à quelle vitesse. Toutes les conditions pour se développer sont désormais réunies et c'est par l'offre en livres que cela se fera en premier lieu. Ainsi, certains éditeurs ont su trouver des niveaux de prix qui justifient le passage au numérique. Cela deviendra aussi un marché prometteur pour le matériel car les offres des libraires vont s'élargir et les éditeurs sont de moins en moins frileux. Ils ont compris leur intérêt avec la possibilité de créer un marché additionnel qui ne cannibalise pas celui existant.

**Pensez-vous que le consommateur se lasse de la course au toujours plus technologique et ne s'intéresse plus autant aux nouveautés ?**

Je ne crois pas mais il faut que le consommateur voit le réel bénéfice pour adopter une nouvelle technologie. La 3D ne l'a pas convaincu, la TV connectée non plus. Tant que l'explication du bénéfice n'est pas clairement faite, il s'agit d'une caractéristique qui ne sera pas un motif suffisant pour racheter un produit.

**En 2011, GfK a modifié sa structure dans le service client. Pouvez-vous nous expliquer le nouveau mode de fonctionnement ?**

Nous avons séparé les équipes pour que les opérations client s'occupent de la production et de la livraison des données, comme de la réponse à d'éventuelles questions les concernant. Avant, les équipes commerciales mettaient les informations en forme pour les adresser aux clients. Il y a donc

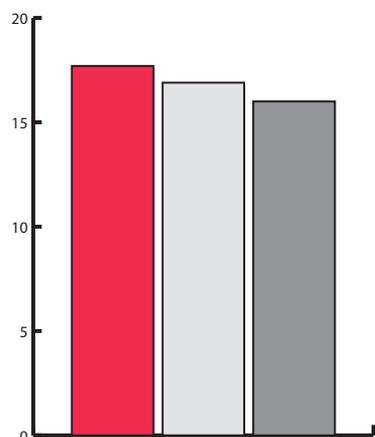
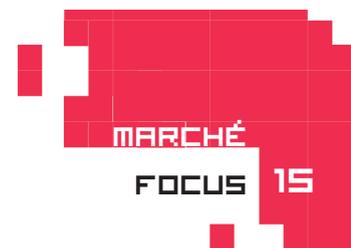
« La question qui se pose donc avant tout, c'est comment créer de la valeur et donner envie d'acheter des produits à valeur ajoutée. »

d'équipement est maximal et qu'il y a une vingtaine de millions de photophones en circulation.

**Pensez-vous que la crise du hi-tech soit due à celle générale et aux événements survenus cette année en Asie ?**

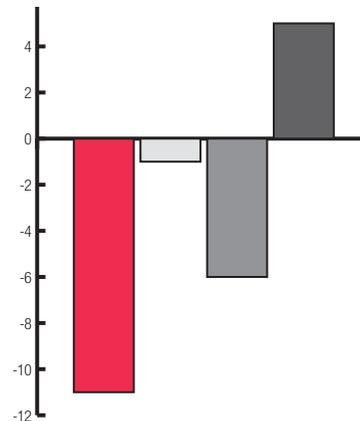
Dans la mesure où nos prévisions faites en début d'année se sont révélées exactes pour l'essentiel, cela montre bien que le résultat n'est pas imputable aux événements climatologiques. Ce qui est en cause au premier chef, c'est le taux d'équipement. Il y a eu un engouement sans précédent pour les biens technologiques cette dernière décennie avec le passage au numérique et la frénésie d'équipement qui en a découlé. Une fois équipé et à moins de le faire de nouveau rêver, le consommateur ne va pas forcément chercher à renouveler rapidement. La nouveauté seule ne suffit pas, les arbres ne montent pas jusqu'au ciel. Nous sommes





→ **Biens technologiques** (en milliards d'euros)

2010	2011	2012
17,7	16,9	16 (estimation)



→ **Evolution du marché de biens technologiques** (valeur 2011 vs 2010)

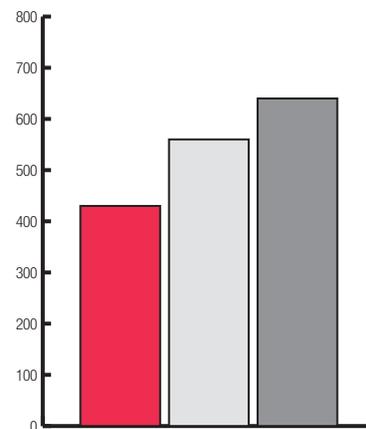
- EGP : .....-11%
- IT : .....-1%
- Photo : .....-6%
- Télécoms : .....+5%

désormais deux interlocuteurs, l'analyste GfK et le chargé des opérations. La principale vertu de ce changement est que l'analyste dispose de plus de temps pour adresser des recommandations plus proches des problématiques réelles des clients et leur consacrer généralement plus de temps. Nous l'avons mesuré concrètement tout au long de l'année et c'est une bonne chose. Cela a été rendu possible par l'ampleur de notre dispositif avec 28 800 magasins qui reportent à la semaine ou au mois sur 350 catégories de produits. C'est tellement solide statistiquement qu'il faut juste vérifier les résultats dans un processus industriel où l'expertise de

l'analyste n'est plus nécessaire. Cela se traduit au final par un meilleur service global. Nos panels sont relativement chers car ils sont très coûteux à construire mais les informations sont si riches qu'elles peuvent éviter tout recours à des données de statistiques autres. La plupart des réponses que cherchent les clients se trouvent déjà dans les rapports, il faut juste savoir les trouver. Nous avons ainsi ouvert une école de formation et beaucoup de nos clients ont découvert au bout d'une journée qu'il y avait là toutes les réponses à leurs questions. Par exemple, notre réorganisation fait que si le Directeur marketing a une question sur la cannibalisation d'une gamme par une autre, nous pouvons l'aider à trouver les éléments de réponse dans les panels.

**En dehors des analyses de performance générale que nous connaissons tous, que peut-on trouver ?**

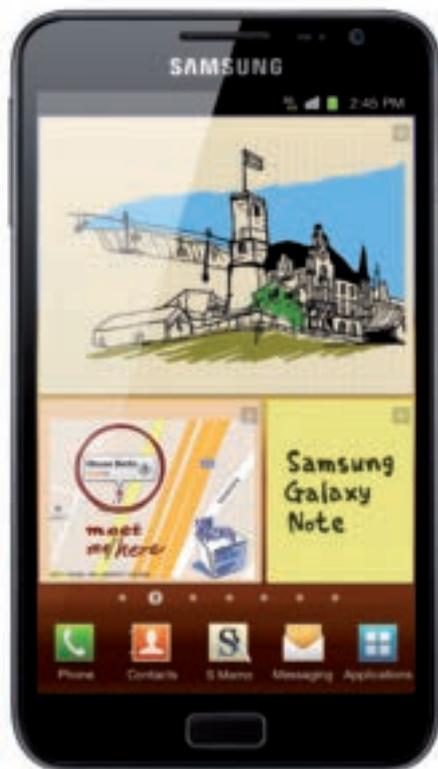
Nous pouvons absolument tout mesurer comme par exemple la performance de l'animation commerciale sur le point de vente. Nous sommes ainsi capables d'isoler les magasins avec les animations ainsi que des magasins miroir sans, puis de suivre l'évolution des ventes avant, pendant et après ce qui permet de déduire l'efficacité réelle de l'animation en magasin. Autre exemple, notre outil permet de mesurer précisément l'efficacité des forces de vente qui sont de plus en plus sous-traitées. Nous savons aussi faire des recommandations très précises pour le merchandising. On peut par exemple démontrer qu'il ne sert à rien d'aligner cinq écrans de 60 pouces dans un magasin précis qui ne dispose pas du potentiel de vente et de la surface nécessaire mais qu'il faut au contraire mettre un 32 pouces, un 37, deux 40 et un 60 pouces. Cela se fait en analysant notamment le potentiel de la zone d'implantation, de la surface et du chiffre d'affaires du magasin. Nous avons embauché des analystes qui travaillaient sur d'autres marchés et d'autres secteurs qui pratiquent cela depuis longtemps pour l'appliquer aux biens technologiques. Ce type d'analyse est tout aussi profitable à l'enseigne qu'au fabricant car les gains sont optimisés pour les deux. Pour la marque, il s'agit



→ **Prix moyens 2011**

- Téléviseur : .....430 euros
- Ordinateur portable : .....560 euros
- Réflex numérique : .....640 euros

de correspondre au potentiel du point de vente. Nous disposons ainsi de toute une batterie de mesures qui adressent toutes les dimensions du marketing au niveau du distributeur, comme du constructeur. Chez GfK, il y a aussi un fait nouveau avec la nomination de Matthias Hartmann en tant que CEO. Ancien patron d'IBM en Allemagne, il a construit toute sa carrière dans les nouvelles technologies et nous fait passer de l'analogique au digital avec d'importants changements dans les prochains mois qui vont dans le sens de notre évolution récente. Un dernier mot pour annoncer que les chiffres 2011 définitifs seront communiqués lors de notre conférence annuelle le 31 janvier prochain.





Encore plus qu'en période de forte croissance, lorsque la consommation se contracte il faut valoriser les produits, les mettre en scène, pour donner envie au consommateur d'ouvrir son porte-monnaie. C'est le travail de l'agence Malls, spécialiste de l'animation en centre commercial et qui a élargi son portefeuille de compétence avec le street marketing notamment. Frédéric Giraud, son fondateur, entre dans les détails pour le JDLI.

Par Sébastien Anxolabéhère

Les « Cyclops » utilisés lors d'une opération de street marketing.



# Malls Spécialité

**JDLI : Malls est une agence conseil en marketing opérationnel et événements. Derrière cette définition, quelles sont les prestations proposées par la société ?**

**Frédéric Giraud :** A sa création en 2003, nous avons baptisé la société Malls pour indiquer que notre focus portait sur les centres commerciaux et les animations que nous pouvons y apporter. Evidemment depuis nous avons ouvert notre champ d'action, mais nous avons acquis en bientôt une décennie une grande expertise sur la façon d'optimiser des animations commerciales. Malls se développe aujourd'hui selon quatre axes : l'organisation et la gestion de road show dans les centres commerciaux, le street marketing, les animations in-store et la création et gestion de tournées de véhicules événementiels. Cela regroupe les quatre pôles que nous avons créés au sein de l'agence : « Trade & Sales », qui gère des opérations de trade marketing pour les marques et les agences,

« Shopping & Trafic » qui propose des stratégies d'animation de réseaux de distribution et de centres commerciaux, « Field & people » qui tient le rôle d'agence d'hôtes et d'hôtesse et « Meeting & Events » qui assure des prestations d'événement corporate et institutionnels.

**Proposez-vous des forces de vente supplétives comme d'autres agences peuvent le faire ?**

Non, ce n'est pas notre créneau. Nous privilégions la valeur ajoutée que constitue un road show ou une animation événementielle. Notre slogan est « face to face », face à face. Nous pensons que les actions les plus efficaces sont celles qui permettent de faire vivre au client final une expérience concluante grâce à une rencontre avec un animateur ou un démonstrateur.

**Proposez-vous du conseil sur les actions à mener ?**

Bien sûr, le conseil représente une importante partie de notre travail auprès des annonceurs ou des agences. Grâce à notre longue expérience, notamment auprès des foncières des centres commerciaux, nous sommes une force de proposition concernant l'ensemble des opérations de marketing opérationnel. Malls est également attaché à l'analyse de ses actions sur le terrain et propose différents outils de mesure comme l'étude Occurrence pour laquelle nous participons financièrement pour moitié. On peut également équiper nos stands de capteurs qui détectent les flux et ainsi très clairement identifier ce qui attire plus ou moins les gens. Nous avons un background et des données qui nous permettent d'offrir des solutions vraiment optimisées par rapport à la demande qui nous est faite. Nous pouvons donc intervenir en amont dès la conception d'un dispositif clé en main, travailler en partenariat avec une agence globale ou seulement travailler comme prestataire sur le terrain.

**Combien de personnes travaillent chez Malls ?**

Il y a une quinzaine de permanents chez Malls, plus,



Entretien avec  
**Frédéric Giraud**  
Fondateur de l'agence Malls





Opération au Parvis de la Défense à Paris.



# ité animation commerciale

évidemment, des centaines de personnes dans nos fichiers que nous pouvons mobiliser, notamment via la branche « Field & people », qui gère les animateurs, les hôtes, les mannequins... Au total, on fait entre 150 et 250 fiches de paie par mois. Une équipe de quatre personnes est dédiée à la production, c'est-à-dire la fabrication des stands, la régie... dans le cas d'une opération en street marketing, Malls gère tout, notamment les autorisations légales, qui ne sont pas ce qu'il y a de plus simple...

## Quels sont les moyens que vous pouvez mettre à disposition de vos clients ?

En dehors des moyens humains, nous avons une large gamme de moyens matériels pour proposer des solutions originales et différenciantes, et surtout nous avons la maîtrise de la conception et de la fabrication des stands, des PLV, des outils de communication... Nous avons ainsi toute une boîte à outils pour le street marketing, avec des tentes, des « Cyklops », des Segways, des oriflammes, des structures gonflables, murs d'images... Nous pouvons également mobiliser des véhicules événementiels, autocars, van à écran tactile, remorques et même un semi-remorque aménagé en véritable espace de vente de 65 m<sup>2</sup> ! Par ailleurs, nous pouvons proposer d'habiller les parties communes des centres commerciaux avec de l'adhésivage sur les escalators, les portes, les ascenseurs et de la PLV très grand format ! Afin de favoriser la logistique qui peut parfois être lourde, nous disposons d'un espace de stockage de 600m<sup>2</sup>.



« Les actions les plus efficaces sont celles qui permettent de faire vivre au client final une expérience concluante. »



## Vous gérez également la partie administrative avec les centres commerciaux ?

Evidemment, cela fait partie intégrante de notre prestation. Nous sommes membre du CNCC (Conseil National des Centres Commerciaux) et avons d'excellentes relations avec les gestionnaires de centres commerciaux. Cela nous permet non seulement de monter des opérations rapidement, mais surtout, cela nous assure d'avoir les informations les plus actualisées sur les centres eux-mêmes, leur fréquentation, les typologies de clientèle, les flux, les réaménagements, la performance de l'hypermarché... toutes les informations qui nous permettent d'optimiser nos opérations alors que chaque centre commercial a ses propres spécificités.

## Qui sont vos clients à l'heure actuelle ?

Nombre de nos clients sont des industriels de l'agro-alimentaire. Nous avons fait de très belles opérations de dégustation pour Danone ou Knorr par exemple. Pour Danone, il s'agissait de développer le positionnement santé de la marque. Nous avons mis en place un espace « santé et conseil » avec une diététicienne capable de délivrer les conseils au sein du rayon frais du Auchan de Vélizy. Pour Knorr, il s'est agi de mettre un stand de dégustation dans une galerie commerciale pour créer de la notoriété et du trafic vers l'hyper. Je pourrais multiplier les exemples. Sur d'autres secteurs, nous travaillons régulièrement avec Orange pour la téléphonie, nous avons travaillé avec Bouygues Telecoms sur la fibre optique, avec Microsoft pour la Xbox 360 dans les

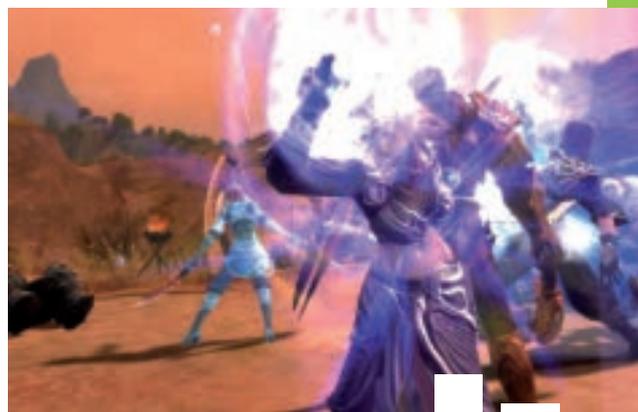


stations de ski, avec des sociétés de cosmétiques, des banques... Nous sommes en capacité de répondre à tous types de demandes venues d'horizons très différents.

## Quelles ont été vos actions les plus marquantes ?

Les actions les plus spectaculaires ne sont pas forcément les plus efficaces ! Parmi les plus décalées, nous avons mis en place une fanfare et habillé un tram pour Orange, nous avons habillé une cage d'ascenseur en machine à pain pour Moulinex... Nous aimons relever des challenges et répondre aux problématiques de nos clients quelles qu'elles soient. Avec l'expérience, nous avons vraiment pu réaliser et prouver que les actions de marketing opérationnel et donc le contact en face à face avec le client permettent de faire passer le message de la marque sans dilution et sont ultra-pertinentes en termes de retour sur investissement.





# Aion

## en accès gratuit

■ **La grande vague des jeux massivement multijoueurs à abonnement mensuel migrant vers le Free-to-play compte un nouveau venu en Aion.** A compter de février, le jeu de NCsoft paru fin 2009 adoptera le système économique consistant à offrir l'accès gratuit mais à facturer des éléments de jeu supplémentaires ou autres packs spéciaux. Pour assurer cette transition, l'éditeur coréen s'est associé à Gameforge, éditeur spécialiste dans cette catégorie de jeux. Gameforge va se charger à la fois du transfert vers les nouveaux serveurs mais aussi de l'exploitation du jeu et de son support technique.



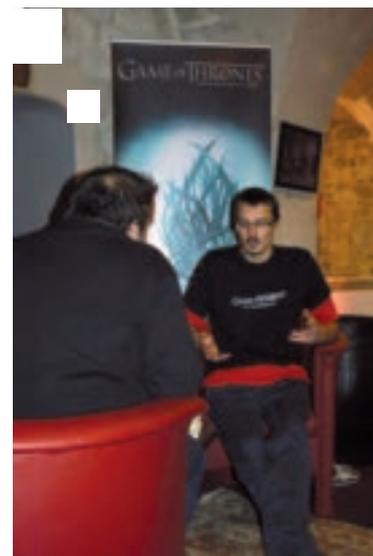
# Trône de Fer

## passé à l'action

■ **Focus Home Interactive organisait mi-décembre une conférence de presse à Paris pour dévoiler Game of Thrones, un jeu prévu pour avril prochain pour PC, PlayStation 3 et Xbox 360.** Après le titre de stratégie **A Game of Thrones : Genesis** paru sur PC en septembre dernier, l'éditeur français propose un second jeu basé sur la licence des romans et de la série Trône de Fer. Le studio parisien Cyanide (Cycling Manager, Chaos League, Loki...) rempile ici mais en explorant cette fois-ci le genre du jeu de rôle/action avec ce titre multi plates-formes. « *Nous comptons de nombreux fanatiques de la licence Trône de Fer au studio ainsi que de nombreux fans de jeux de rôle « à l'ancienne ». Il faisait sens pour nous de développer un jeu de ce genre à partir d'une licence qui s'y prête admirablement* », expliquent Sylvain Sechi, Chef de Projet et Thomas Veauclin, Directeur artistique. Il s'agira dans le jeu de diriger deux personnages (Mors, Garde de Nuit et Alester, Prêtre Rouge), de retour à Westeros après un long exil et qui vont se retrouver entraînés dans une quête de longue haleine à travers le continent. Classes de personnages et styles de combat peuvent être choisis. Le périple sera évidemment l'occasion de rencontrer de multiples personnages en provenance directe des romans mais aussi de la série TV ainsi que des lieux bien connus par les amateurs de cette franchise « *heroic fantasy* » à succès. Plusieurs millions de romans ont été vendus depuis 1996, une série TV est produite, sans oublier jeu de cartes et autres jeux de plateau ou de rôle.

### Caution de l'auteur et licence série TV

« *Nous avons commencé le développement du jeu il y a deux ans et demi, en ayant comme principale source d'inspiration les romans de George R.R. Martin, que nous avons d'ailleurs rencontré pour nous assurer de la cohérence du jeu et du scénario avec l'univers de la saga. Nous avons par la suite signé avec HBO (Rome, True Blood, Six Feet Under...), producteur de la série télévisée, ce qui nous a permis d'inclure divers éléments en provenance de celle-ci comme la musique, les personnages, le design du trône ou encore le logo officiel* », explique l'équipe de Cyanide. Les doubleurs français du jeu seront également ceux qui officient sur la série. Une quarantaine de personnes ont travaillé sur le projet au sein du studio qui évoque « *l'un de ses plus importants projets à ce jour* ». Basé sur le moteur graphique Unreal 3, ce jeu de rôle/action en temps réel permet d'explorer un scénario inédit spécialement concocté par l'équipe de développement, en accord avec l'auteur original George Martin. « *Notre volonté était de créer un jeu de rôle à destination des joueurs matures autour des trois fondamentaux : dialogues, exploration, combats* », développe l'équipe. « *Il était important pour nous de développer une histoire forte, avec des cliffhangers comme dans une série TV. Nous voulions également que le jeu soit accessible aux fans de la série mais aussi au public qui ne la connaîtrait pas* ». Cyanide souligne l'effort consenti sur la construction scénaristique : « *Nous avons travaillé un an sur l'écriture même, en mettant en place un système de dialogues où les choix du joueur vont avoir un impact sur la suite de la partie* ». Rendez-vous donc dans quelques mois, sur PC et consoles.





# Microsoft reprend les airs

Téléchargeable dès le printemps prochain, Microsoft Flight va donner l'occasion aux joueurs de renouer avec la simulation aérienne réaliste (à l'instar de ce que l'on a connu avec l'emblématique série Flight Simulator débutée en 1982) au-dessus de l'île d'Hawaï. Comme la série Age of Empires relancée sous la forme Free-to-play (accès gratuit) l'été dernier, ce titre sur PC sera accessible gratuitement, le joueur ayant par la suite la possibilité d'acheter des éléments de jeu supplémentaires (appareils, zones, options de personnalisation) en se connectant à un compte Games for Windows Live. Annoncé comme accessible aux débutants comme aux pilotes plus chevronnés, Microsoft Flight proposera deux vues au choix (cockpit en mode réaliste ou vue d'extérieur plus aisée à piloter) et de nombreuses conditions climatiques au cours des différents défis proposés. De nouveaux contenus et autres défis quotidiens sont promis par l'éditeur. En attendant le lancement officiel du jeu, Microsoft a proposé l'inscription à une bêta fermée et une version a dû être présentée aux visiteurs du salon CES de Las Vegas mi-janvier.



# Ninja Gaiden en mars

Koch Media confirme la date de sortie fixée au 23 mars prochain de Ninja Gaiden 3. Toujours développé par le studio japonais Team Ninja, le jeu sera publié sur PlayStation 3 et Xbox 360 et permettra de retrouver Ryu Hayabusa, ninja personnage principal de cette série débutée en 1988 en arcades. Les développeurs promettent une histoire originale permettant de mieux connaître le fameux personnage. Série hautement estimée par les hard core gamers, elle est réputée pour ses réalisations de haut vol, sa mise en scène enchaînant les morceaux de bravoure mais aussi un gameplay aussi affûté qu'exigeant. Gaiden 3 devrait développer les combats au corps-à-corps mais aussi proposer des défis en ligne (coopération ou compétition). Le dernier titre en date, Ninja Gaiden Sigma 2 sur PS3, était sorti fin 2009. A noter enfin qu'un Ninja Gaiden Sigma Plus sur PS Vita vient tout juste d'être confirmé pour le jour de la sortie de la nouvelle console portable, soit le 22 février prochain. Il devrait tirer partie des spécificités de la console (surfaces tactiles notamment).

# Lego Batman s'entoure

La ville de Gotham City en version briques de Lego accueillera une nouvelle aventure de la chauve-souris au début de l'été 2012 sur PlayStation 3, Xbox 360, Wii, PC, Nintendo DS, 3DS et PS Vita. Comme son titre le laisse entendre, Lego Batman 2 : DC Super Heroes verra le duo Batman et Robin accompagné d'autres super-héros de l'écurie DC Comics dont Superman, Wonder Woman ou encore Green Lantern lutter contre le Joker ou encore Lex Luthor, le tout avec l'humour si caractéristique de la série des jeux signés TT Games. Pour information, le premier opus Lego Batman : The Videogame fut le jeu de la série le mieux vendu, avec plus de 11 millions d'exemplaires écoulés dans le monde selon l'éditeur.





# Amy, le retour de Paul Cuisset

■ **A la parution de ce numéro du JDLI, Amy sera disponible en téléchargement exclusivement sur PSN et Xbox Live Arcade.** Publié par Lexis Numérique, ce jeu d'action/aventure à l'ambiance horrifique a la particularité d'être signé par un nom de la scène française « historique » du jeu vidéo, Paul Cuisset, à qui l'on doit des titres comme Flashback, Moto Racer ou Les Voyageurs du Temps. Avec son studio VectorCell, il signe aujourd'hui un « survival horror » prenant place dans un futur apocalyptique où une jeune femme doit lutter contre des infectés pour protéger Amy, une petite fille dotée de pouvoirs mystérieux. Le jeu est proposé 9,99 euros sur PSN et 800 MS Points. Version PC à venir.



## Tekken et One Piece chez Nintendo

■ **Namco Bandai annonce confier la distribution de deux de ses prochains jeux sur Nintendo 3DS au constructeur. C'est ainsi Nintendo qui va se charger de la distribution, des ventes et du marketing** des prochains One Piece Unlimited Cruise Special et Tekken 3D Prime Edition sur les territoires européens ainsi qu'en Australie. Prévu pour le 10 février prochain, One Piece Unlimited Cruise Special, jeu d'action et d'aventure, sera le premier basé sur cette célèbre licence manga à paraître sur la machine (plusieurs titres sont déjà sortis notamment sur Wii et Nintendo DS). Il invitera le joueur à explorer quatre îles différentes. A noter que l'éditeur proposera, aux premiers acheteurs du jeu, une édition limitée incluant la figurine d'un personnage du jeu. Prévu quelques jours plus tard, le 17 février, Tekken 3D Prime Edition permettra de se plonger dans des combats en 3D avec une quarantaine de combattants au programme, des niveaux connus revus et corrigés et même un film d'animation en 3D, Tekken Blood Vengeance, inclus dans la cartouche.

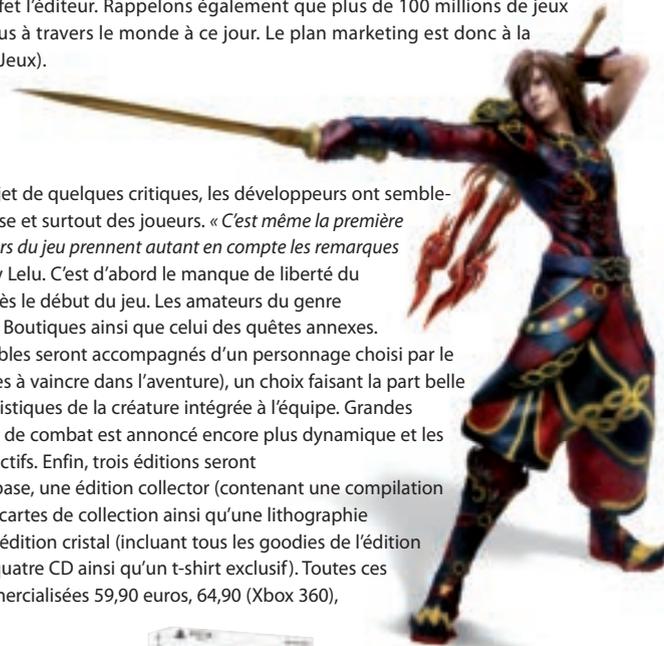


# Final Fantasy XIII-2 : retour aux sources

■ **Sorti au Japon le 15 décembre 2011 (et déjà vendu à 700 000 exemplaires au 6 janvier selon Square Enix), Final Fantasy XIII-2 débarque en France le 3 février sur PlayStation 3 et Xbox 360. Cette suite qui n'en est pas vraiment une permet au joueur de retrouver l'univers de Final Fantasy XIII** quelques années après la quête initiale de Lightning, sans pour autant exclure ceux qui n'auraient pas joué au volet original qui était sorti en mars 2010 dans nos contrées. Fort des 320 000 unités vendues en France (et plus de 6,2 millions d'exemplaires dans le monde) de ce premier Final Fantasy en haute définition, le deuxième opus revient avec plein d'ambitions. Rappelons que Square Enix avait déjà procédé de même en publiant Final Fantasy X-2 en 2004, un volet présentant un scénario complémentaire à l'emblématique dixième opus de la saga. « Il s'agit pour nous d'un des lancements les plus importants de l'année » confirme Rodney Lelu, Responsable Marketing Senior chez Square Enix France. Logique quand on sait l'attente du public français autour de cette licence : « Final Fantasy XIII ayant été le meilleur démarrage de la série en France, occupant 56 % des ventes de jeux durant le premier weekend de sa sortie » souligne en effet l'éditeur. Rappelons également que plus de 100 millions de jeux labellisés Final Fantasy ont été vendus à travers le monde à ce jour. Le plan marketing est donc à la hauteur de l'évènement (voir Guide Jeux).

## Des améliorations à tous les étages

Si le premier Final Fantasy XIII fut l'objet de quelques critiques, les développeurs ont semblé-t-il beaucoup être à l'écoute de la presse et surtout des joueurs. « C'est même la première fois chez Square Enix que les concepteurs du jeu prennent autant en compte les remarques des différents partis » continue Rodney Lelu. C'est d'abord le manque de liberté du premier opus qui a été rectifié et ce dès le début du jeu. Les amateurs du genre apprécieront également le retour des Boutiques ainsi que celui des quêtes annexes. Autre nouveauté, les deux héros jouables seront accompagnés d'un personnage choisi par le joueur (parmi les plus de 150 monstres à vaincre dans l'aventure), un choix faisant la part belle à la stratégie en fonction des caractéristiques de la créature intégrée à l'équipe. Grandes réussites du premier volet, le système de combat est annoncé encore plus dynamique et les environnements plus grands et interactifs. Enfin, trois éditions seront commercialisées : en plus du jeu de base, une édition collector (contenant une compilation des musiques du jeu, un Artbook, six cartes de collection ainsi qu'une lithographie lenticulaire d'un héros du jeu) et une édition cristal (incluant tous les goodies de l'édition collector avec la bande-originale en quatre CD ainsi qu'un t-shirt exclusif). Toutes ces versions seront respectivement commercialisées 59,90 euros, 64,90 (Xbox 360), 69,90 euros (PS3) et 89,90 euros.



# ami acheteur, tu veux faire un jeu ?



## HSG 550 LYCHAS

Casque micro repliable  
Ecouteurs pivotants  
Bande passante élevée  
Drivers néodyme 50mm  
Prise 3.5mm plaquée or



## SAW INTEGRALE DVD OFFERTE

à tout nouvel acheteur professionnel qui référencera pour son enseigne un ou plusieurs des produits de notre nouvelle gamme GX



## HSG 700V CAVIMANUS

Casque micro *Son 7.1* virtuel  
Microphone unidirectionnel  
Bande passante élevée  
Drivers néodyme 40mm  
Fonction vibration  
Prise USB plaquée or



## MAURUS

Laser 450 > 3500 dpi  
Mémoire intégrée, 21 macros  
Accélération 20G / 60 IPS  
Prise USB plaquée or



**Avec notre nouvelle gamme «GX», jouer devient une affaire très sérieuse !**

## IMPERATOR

Clavier dédié gaming, temps réponse 1 ms  
18 macros programmables, 3 profils de jeu  
Mémoire intégrée, prise USB plaquée or



## IMPERATOR PRO

Similaire au clavier Imperator, avec  
2 ports USB supplémentaires  
et rétro-éclairage à 4 niveaux  
en 16.7 millions de couleurs



## DEATH TAKER

Souris Laser 100 > 5700 dpi  
Mémoire intégrée, 55 macros  
Réglage X & Y, poids ajustable  
accélération 30G / 150 IPS  
rétro-éclairage 16.7 millions



## SW-G 2.1 3000

Puissance 70 watts RMS  
Basses très profondes  
Finition piano black  
Design gaming



70W



30W

## SW-G 2.1 1200

Puissance 30 watts RMS  
Basses profondes  
Système compact  
Design original



Quand il est vital de faire le bon choix :

**gaming + rentabilité = Genius**

contact : [sales@genius-europe.com](mailto:sales@genius-europe.com)





# 2012 côté jeu



Apocalypse, crise financière, réchauffement climatique... les oracles ne sont guère encourageants pour cette **nouvelle année**. Heureusement, du côté du **jeu vidéo**, ces sont des mois chargés qui s'é profilent. Passage en revue des **événements** annoncés ou supposés pour 2012, en sachant qu'une bonne part des réjouissances reste certainement à **découvrir**. Par Patrick Helliou

# Perspectives



Resident Evil Revelations

## L'année 2012 marquera-t-elle l'avènement de la nouvelle génération de consoles de salon ?

Après un premier lever de rideau l'année dernière, Nintendo devrait profiter de l'E3 en juin pour présenter une version plus avancée voire définitive de sa prochaine console de salon, la **Wii U**. La sortie de la console est en effet attendue pour 2012, probablement en fin d'année (tout du moins pour une partie du monde). Rappelons que ce successeur à l'actuelle Wii, outre des caractéristiques plus évoluées et un passage aux graphismes haute définition, tentera à nouveau une appréhension originale du jeu via une manette/tablette avec écran tactile (6,2 pouces). La machine restera compatible avec les Wiimotes et jeux de l'actuelle console, machine qui a vu ses ventes s'effriter depuis deux ans. Parmi les derniers grands jeux attendus sur l'actuelle machine avant qu'elle ne passe le relais, on notera The Last Story, un jeu de rôle annoncé pour le 24 février ou encore Mario Party 9 (mars). A l'heure de la HD démocratisée dans les foyers, il devient pressant pour Nintendo de passer à la prochaine génération.

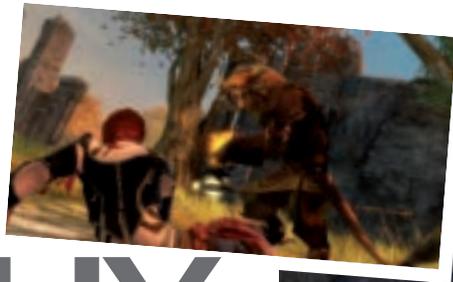
Il en va autrement pour Sony et Microsoft dont les consoles d'aujourd'hui connaissent leurs pics de performances et sont désormais vendues à des prix les rendant accessibles au plus grand nombre.

Le cycle de vie habituel des consoles de salon, qui tournait auparavant autour des cinq ans, est clairement questionné sur cette génération de machines qui a su ménager sa durée de vie en élargissant son audience au grand public notamment à coups d'accessoires (Kinect, Move). Il n'en reste pas moins qu'elles affichent quelques rides (sortie fin 2005 pour la Xbox 360, début 2007 pour la PS3) et que les deux fabricants ne devraient plus tarder à préciser leurs projets pour l'avenir. Les attentes se cristallisent autour de Microsoft, qui avait ouvert le bal sur l'actuelle génération de consoles, et dont bon nombre d'observateurs attendent un premier pas dès cette année. Evidemment, la grand messe de l'E3 en juin constituerait un endroit idéal pour dévoiler ce à quoi ressemblera la prochaine génération de consoles de la marque. Pour sa part, Sony a d'ores et déjà souligné sa volonté de ne pas arriver tardivement dans la bataille comme cela a pu être le cas avec la PS3 tandis que Kaz Hirai, patron de la division grand public de Sony Computer, a profité du CES pour souligner qu'il n'y aurait de présentation de la PlayStation 4 à l'E3. Alors les nouvelles Xbox et PS4 apparaîtront-elles dans le paysage vidéoludique dès cette année ? Difficile de se prononcer, mais une chose est sûre : les studios travaillent déjà d'arrache-pied sur les machines de demain. Reste que les fabricants n'ont aucun intérêt à les prononcer trop en amont des lancements effectifs, car ils risqueraient alors de détourner les consommateurs des machines en vente aujourd'hui...



## L'année du jeu portable

L'année 2012 sera-t-elle celle du renouveau du jeu portable ? On peut s'attendre quoi qu'il en soit à une belle année dans le domaine avec l'un des événements de ce début d'année, le lancement de la nouvelle **PlayStation Vita** chez Sony Computer.



Guild wars 2

# Jeux



Mass Effect 3



Attendue pour le 22 février, cette nouvelle console portable impressionne par la qualité de ses graphismes et des fonctionnalités innovantes comme une surface arrière tactile ou encore un aspect connecté plus développé (modèle 3G, connectivité à la PS3...). Entre les jeux Sony (**Uncharted Golden Abyss**, **WipeOut 2048**) et ceux des éditeurs tiers (**Rayman Origins**, **Michael Jackson The Experience HD** chez Ubisoft, **FIFA Football** chez Electronic Arts, **Virtua Tennis 4 de Sega**, **Ridge Racer** de Namco...) sans oublier les accessoiristes, le lancement de la nouvelle console devrait constituer l'un des temps forts de l'année. A l'occasion du CES de Las Vegas, Sony a communiqué sur 500 000 consoles vendues au Japon depuis sa sortie en décembre 2011. Sortie en mars 2011, la Nintendo 3DS va attaquer en 2012 sa deuxième année sur le marché. Un temps freinée par un catalogue de jeux manquant de titres emblématiques et un facteur 3D qui peut dérouter une partie du public, la console a tardé à rencontrer le succès de ses prestigieux prédécesseurs. Heureusement après une baisse de prix, la fin d'année dernière a vu les hits maison arriver sur le marché (**Super Mario Land 3D**, **Mario Kart 7...**) et, pour conserver cette dynamique (la console remporte un grand succès au Japon ces derniers mois) le challenge de Nintendo va être d'alimenter suffisamment le line-up de la console dans les mois à venir. **Resident Evil Revelations** de Capcom (27 janvier), **Kid Icarus Uprising** (mars), **Metal Gear Solid : Snake Eater 3D** (8 mars), **Mario Tennis**, le prochain **Professeur Layton** ou encore **Luigi's Mansion 2** auront leur rôle à jouer dans cette optique. A noter que la console accueille ce mois-ci un accessoire, le Pad circulaire Pro, sur lequel elle vient s'encastrier et qui la dote d'un stick analogique supplémentaire à droite. Un indice sur une possible prochaine version de la console ? Difficile enfin d'imaginer le jeu portable de cette année sans évoquer le marché des smartphones et tablettes. Il se murmure qu'un iPad 3 pourrait arriver très prochainement sur le marché, avec une meilleure définition et une puissance ouvrant toujours de nouvelles portes aux développeurs. Avec les autres tablettes Android, il faudra incontestablement compter sur ces machines cette année pour le jeu. Il suffit de

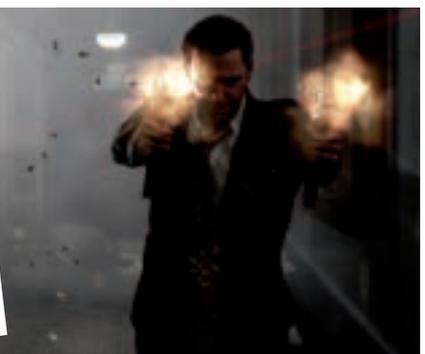
voir la finition de productions récentes comme **Modern Combat 3** ou **Infinity Blade 2** pour s'en convaincre. Et puis ces machines devraient continuer à constituer des plates-formes idéales pour expérimenter des concepts originaux. A noter d'ailleurs la présentation par Razer sur le CES de Las Vegas d'une nouvelle tablette tactile spécifiquement dédiée aux gamers, Project Fiona, équipée d'un processeur puissant et de contrôleurs physiques à retour de force. Sortie prévue en fin d'année...

## Des retours attendus

2012 sera-t-elle synonyme d'innovations ? Espérons-le, tant une année peut être riche en (bonnes) surprises. On peut en revanche d'ores et déjà prévoir une période prolixe en retours de marques ou franchises à succès. **Resident Evil (Revelations** sur 3DS puis **Operation Raccoon City** sur consoles de salon en mars), **Final Fantasy XIII-2** mais aussi le très attendu **Guild Wars 2** sur PC pourront d'entrée compter sur un public captif. Dernier volet d'une trilogie emblématique dans le domaine du jeu de rôle/action, **Mass Effect 3** de Bioware compte parmi les jeux les plus attendus du premier trimestre (sortie le 8 mars sur PC, PS3 et Xbox 360 chez EA). **Max Payne**, une figure emblématique du jeu d'action à la troisième personne que l'on n'a pas croisée depuis une petite dizaine d'années va également (enfin) connaître les joies d'un troisième opus. Après l'ambiance de polar urbain moderne des deux premiers, le jeu de 2K Games lorgne cette fois-ci vers de l'action en pleine jungle avec un personnage relooké. Dans un style assez proche, une autre série emblématique du début des années 2000 fera son retour cette année : Square Enix annonce en effet pour 2012 **Hitman Absolution**, nouveau volet de la



Max Payne 3



Hitman : Absolution

SOFTWARE

FOCUS 23

## Le PC en pleine forme

Longtemps désigné comme une machine de jeu en perte de vitesse, le PC devrait faire montre de sa vitalité cette année. On pense bien sûr aux productions Blizzard, entre une nouvelle extension au jeu massivement multijoueurs leader **World of Warcraft** et la sortie du très attendu **Diablo 3** (prévu aussi sur consoles), pronostiquée pour le début d'année. La suite de **Starcraft 2** devrait aussi arriver cette année. Autre studio qui tient une place à part sur la plate-forme, Bioware signera le prochain volet de la saga de jeux de stratégie **Command & Conquer avec Generals 2**, mais qui n'est pas attendu avant... 2013. Plus proche de nous, le studio publiait il y a quelques semaines **Star Wars The Old Republic**, nouveau jeu massivement multijoueurs basé sur la célèbre licence et dont la carrière sera à suivre de près cette année. Un dernier représentant du modèle payant par abonnement ? La tendance pour le Free-to-play semble en effet s'accélérer encore ces derniers temps avec la plupart des jeux précédemment basés sur l'abonnement franchissant le cap comme **Aion**, **Age of Conan**, **DC Universe Online**... On observe de plus l'arrivée en masse de franchises bien connues du public qui se voient accueillir un opus spécialement concocté autour de ce modèle comme par exemple les deux séries Microsoft (**Age of Empires**, **Flight Simulator**) mais aussi prochainement **Command and Conquer avec l'épisode Tiberium Alliances** jouable dans une fenêtre de navigateur ou encore le prochain **F1 Online : The Game** signé Codemasters, qui permettra de piloter et gérer une écurie en ligne. Une version bêta est actuellement en test.

Diablo 3



SOFTWARE  
24 FOCUS



fameuse saga mettant le joueur dans le rôle d'un tueur à gage impitoyable, l'Agent 47. Prévu pour PC et consoles, le titre, toujours développé par le studio lo Interactive, sera basé sur le nouveau moteur maison Glacier 2. Assez en avance sur son temps, cette série de jeux d'infiltration a clairement une place à (re)prendre aujourd'hui. Fin février, EA ressuscitera un jeu mythique de feu **Bullfrog**, **Syndicate**, en passant l'univers isométrique de ce jeu de science-fiction du début des années 90 à la mode « jeu d'action en vue subjective », dans un esprit évoquant davantage le dernier Deus Ex. Plus récente, la franchise **Bioshock** de 2K Games apparue en 2007 ne s'est pas moins imposée en quelques années comme une série marquante dans le genre action/aventure à forte teneur scénaristique. Après la ville sous-marine de **Rapture**, un troisième opus va emmener le joueur dans la cité volante de Colombia qui promet de jolies fulgurances environnementales. **Bioshock Infinite** est attendu pour le courant de l'année sur PC et consoles. Chez Konami également, les franchises stars sont convoquées cette année puisque l'on profitera d'un tout nouveau **Silent Hill (Downpour** en février) tandis que la sortie du prochain **Metal Gear Solid Revengeance** n'a pas encore de date confirmée. Les deux saga vont quoi qu'il en soit profiter de rééditions HD des opus de l'ère PS2. Impossible de ne pas évoquer l'un des retours les plus attendus de 2012, celui de **Lara Croft**. Figure populaire de la génération 32 bits, l'exploratrice avait déjà profité d'une nouvelle jeunesse au milieu des années 2000 avec le triptyque Legend, Anniversary et Underworld. Square Enix entend opérer à nouveau un « reboot » de la fameuse série en reprenant le personnage à ses débuts et surtout en optant pour un style de jeu plus sombre et viscéral. Lorgnant vers le survival horror sur une île pleine de dangers, **Tomb Raider** pourrait offrir une nouvelle jeunesse à la franchise. A noter, enfin, un nouveau **Ghost Recon Future Soldier**, fixé à mai prochain par Ubisoft.

Evidemment, on peut prédire que les grands



classiques annuels que sont devenus **Call of Duty** ou **Assassin's Creed** répondront présents en fin d'année. Les chiffres records de **Just Dance 3** en fin d'année ne devraient également pas rester sans suite ! Le succès de **Battlefield 3** pourrait aussi inciter EA à donner rapidement une suite au titre pour durablement développer ce nouveau positionnement « blockbuster » de la série.

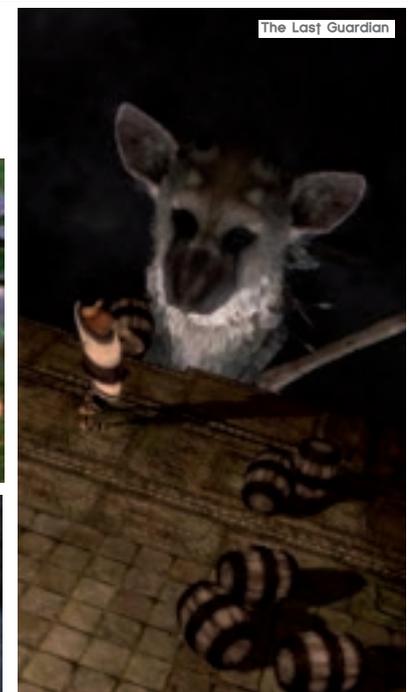
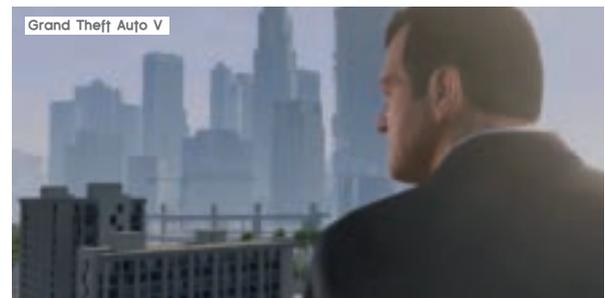
### Une année remuante

Les amateurs de jeux de combat, un genre un temps tombé en désuétude et qui a repris des couleurs ces dernières années, devraient avoir à faire cette année puisqu'un nouveau **Soul Calibur** arrive dans les jours prochains (voir focus pages 28) et que le 9 mars, un certain **Street Fighter X Tekken** sera publié par Capcom sur PS3 et Xbox 360 (PC et Vita plus tard) et permettra de voir des personnages des deux séries se rencontrer sur un même écran. Duel au sommet en vue ? Côté sports, de grands retours sont également en vue cette année avec tout d'abord **SSX**, série populaire de simulations de snow board que l'on n'avait pas croisée depuis quelques années. EA annonce une refonte complète du jeu avec d'authentiques montagnes à explorer, un nouveau mode survie et une interface communautaire en ligne, Ridernet. Février verra également un nouveau **Grand Chelem Tennis 2** arriver en rayons (voir guide jeux) proposant le nouvel essai d'EA Sports dans le domaine. Joli succès critique, la série **Dirt** de Codemasters reviendra cette année sous la forme d'un nouveau volet, **Showdown**, plus orienté cascades et démolition dans la lignée de l'antique Destruction Derby. Enfin, cette année verra à nouveau le traditionnel affrontement entre **FIFA** et **Pro Evolution Soccer**, entre Electronic Arts qui a pris le leadership depuis plusieurs saisons et Konami qui va tenter de renforcer sa défense. Rendez-vous en

octobre, comme chaque année, pour assister au match ! Soulignons que 2012 sera une année chargée côté actualité sportive, avec notamment les Jeux Olympiques de Londres cet été ou encore le Championnat d'Europe des Nations, côté football, en juin prochain.

### Rendez-vous cette année ?

Au chapitre des jeux très attendus mais dont la sortie cette année n'est pas assurée, il y a évidemment le très attendu **GTA 5**. Après s'être fendu d'une bande annonce alléchante l'année dernière, l'éditeur n'a pas encore communiqué de date précise pour la sortie du jeu. Une parution en 2012 est loin d'être acquise donc mais tous les espoirs restent permis ! Autre grande interrogation, celle de la sortie de **The Last Guardian**. Prévu pour cette année, le jeu si attendu de Fumito Ueda (Ico, Shadow of the Colossus) a vu ces dernières semaines son créateur et son producteur exécutif quitter le développement en interne, Ueda continuant à travailler sur le projet en tant que consultant externe. Doit-on craindre un impact sur le développement du jeu ?





## Des accessoires intelligents pour toutes les tablettes



TRANSPORT



CHARGE  
C A B L E



S O N



NETTOYAGE  
PROTECTION

### La gamme la plus complète d'accessoires tablettes.

T'nB vous propose une gamme complète de produits dédiés et universels développés spécifiquement pour l'univers tablette. Nettoyage, rangement, protection, alimentation, son, connectique... la gamme T'nB a été conçue pour répondre à tous les besoins des utilisateurs.

T'nB, la marque incontournable des accessoires tablettes.

www.agence-talisman.com



**T'nB** INTELLIGENT  
accessories  
www.t-n-b.com

# SOUL CALIBUR V™



© 2011 Namco Bandai Games Inc. All rights reserved. Soul Calibur V is a trademark of Namco Bandai Games Inc. in the U.S. and other countries. "Soul Calibur V" is a trademark or registered trademark of Namco Bandai Games Inc. in the U.S. and other countries. "Soul Calibur V" is a trademark or registered trademark of Namco Bandai Games Inc. in the U.S. and other countries. "Soul Calibur V" is a trademark or registered trademark of Namco Bandai Games Inc. in the U.S. and other countries.

MEILLEUR JEU DE COMBAT



PS3



XBOX 360

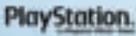
XBOX LIVE

# UNE LICENCE HISTORIQUE DU SEGMENT "JEU DE COMBAT"



- 1 million de Soulcalibur vendus en France
- 200 000 Soulcalibur IV vendus en France
- Une **metacritic** moyenne à **89%**

## UN PLAN MARKETING TRANCHANT

- CAMPAGNE MEDIA TEASING DÈS DÉCEMBRE [jeuxvideo.com](http://jeuxvideo.com)
- CAMPAGNE D'AFFICHAGE MASSIVE + DISPOSITIF WEB AU LANCEMENT (+ de 600 GRP)
- CAMPAGNE PRESSE COMMUNAUTAIRE   
- GESTION COMMUNAUTAIRE (Tournois, évènements, réseaux sociaux...) 
- RELATIONS PRESSE (Evènement, Preview, Tests, Presse kits..)
- PARTICIPATION AUX PLUS GRANDS SALONS  



### CAMPAGNE DE RÉSERVATION INÉDITE

Déjà + de  
10 000 résa



PLY DE  
RESERVATION

HABILLAG  
RUTRBO.COM

[jeuxvideo.com](http://jeuxvideo.com)



[www.soulcalibur.com](http://www.soulcalibur.com)



3 FEVRIER  
2012



**namco**





SOFTWARE

28 FOCUS

# Soul Calibur



Le 3 février, **Namco Bandai** publiera le nouveau volet d'une série bien connue des amateurs de jeux de combats avec **Soul Calibur V** sur **PS3** et **Xbox 360**. Titre emblématique dans le domaine des affrontements à l'arme blanche, Soul Calibur fait son retour après plus de trois ans d'absence... **Par Patrick Hellio**



Apparue dans les salles d'arcade au milieu des années 90 d'abord sous le patronyme de Soul Edge, au moment de l'âge d'or de ces machines surpuissantes, la saga de jeux de combats de Namco a depuis surtout brillé aux yeux du joueur européen par la qualité remarquable de ses adaptations consoles. Le Soul Calibur de la Dreamcast est ainsi souvent cité comme l'un des tout meilleurs jeux de la dernière console de Sega. Soul Calibur IV, paru à l'été 2008, avait marqué les esprits en asseyant avec brio la saga sur la génération de consoles de salon HD mais aussi en accueillant des personnages invités surprises avec Dark Vader et Yoda en provenance directe de l'univers Star Wars ! Plus que jamais, les combats à l'arme blanche dans des arènes où les personnages sont quasiment libres de leurs déplacements prenaient une ampleur spectaculaire. Autant dire que ce cinquième volet d'une série de jeux toujours techniquement irréprochables est particulièrement attendu par la communauté. Rappelons que la jouabilité de Soul Calibur rend le titre abordable aussi bien par des néophytes que par les amateurs du genre





SOFTWARE

FOCUS 29

# reprend les armes



qui sauront tirer toute la quintessence des différents personnages au casting.

## Retour aux sources

« Le gameplay de Soul Calibur V est plus nerveux que celui du précédent volet », situe Antoine Jamet. « On est ici plus proche par exemple du rythme du mythique épisode de la Dreamcast ». Une douzaine de nouveaux personnages vont répondre à l'appel de ce nouveau Soul Calibur, qui s'articule autour de trois grands axes : mode histoire, mode un contre un et customisation. Un accent particulier semble avoir été donné à ce dernier aspect. « On peut élaborer son propre combattant en partant d'un personnage existant ou en le créant intégralement », explique l'éditeur. « Morphologie, visage, voix peuvent être paramétrés et le joueur va progressivement débloquent dans le jeu des objets de personnalisation ». A noter que les combattants ainsi créés et personnalisés peuvent être utilisés lors des affrontements en ligne.

titre, sachant que cela fait plus de trois ans que les joueurs n'ont pas eu l'occasion de jouer à un nouveau titre de la série. C'est la première fois, avec ce titre, que nous allons développer à ce point l'aspect communautaire de la communication », explique Antoine Jamet, Chef de produits chez Namco Bandai France. L'éditeur souligne d'ailleurs compter pour la première fois parmi ses rangs un Responsable de la communauté Soul Calibur en France afin d'animer la scène. « Un pan important du plan marketing est investi en direction de la communauté, avec des publicités mettant par exemple en scène des joueurs reconnus. Notre objectif a été d'assurer de la visibilité pour le jeu au cours des précédents mois, depuis le salon Paris Games Week où le coup d'envoi pour le grand public a été donné jusqu'à la campagne marketing qui accompagnera le lancement (voir guide jeux, ndlr). C'est, quoi qu'il en soit, un titre que nous allons travailler sur la durée et la sortie ne constitue que le début de l'aventure Soul Calibur V. »

« Depuis deux ans et les succès de Street Fighter 4 et Tekken 6, on observe une véritable renouveau du genre jeu de combat », développe Antoine Jamet. De quoi élargir aujourd'hui le public de Soul Calibur ? « Nous ciblons évidemment le public des gamers sur un titre comme celui-ci, mais aussi plus globalement la communauté des joueurs de jeux de combat

qui s'est développée ces dernières années ». Selon l'éditeur, le précédent volet, distribué alors par Ubisoft, s'était vendu à plus de 200 000 exemplaires en France. Pour marquer cette sortie événement, l'éditeur va commercialiser une édition collector (forcément limitée) du jeu. On y trouvera, outre le jeu, divers atours comme un artbook, la bande originale sur CD, un DVD vidéo making-of du jeu, des illustrations originales mais aussi des costumes exclusifs pour personnaliser ses personnages. Les joueurs avertis pourront également investir dans des sticks arcade aux couleurs du jeu et commercialisés par Mad Catz.

## Soul Calibur, chapitre 5

Le scénario de Soul Calibur V prend place 17 ans après les événements du précédent volet. Alors que Soul Edge a été détruite, Siegfried mène une troupe de mercenaires dans la bataille les opposant aux infestés corrompus par le pouvoir de l'épée mise en morceaux... que ces derniers ambitionnent de réunir. L'occasion de retrouver d'anciens combattants de la série (Siegfried, Ivy, Maxi, Voldo...) mais aussi de faire connaissance avec de nouveaux venus sans oublier, comme le veut désormais la tradition, des invités surprise avec cette année notamment **Ezio Auditore da Firenze**, héros des trois derniers volets d'Assassin's Creed chez Ubisoft. Parmi les nouveautés marquantes de ce cinquième volet, on notera de nouveaux éléments de gameplay venant pimenter les affrontements (Critical Edge, Quick Move...) ainsi qu'un système de création et personnalisation de combattants bien plus puissant qu'auparavant. De quoi assurer le spectacle lors des parties en ligne !

## Focus sur la communauté

« Notre objectif avec Soul Calibur V est de refédérer la communauté autour du



HARDWARE

30 NEWS



## Samsung double la mise

■ Le très populaire Galaxy Ace a droit à un lifting. Baptisé Galaxy Ace Plus, ce smartphone embarque un écran de 3,65 pouces HVGA (320 x 480), un processeur de 1 GHz, un capteur photo de cinq Mpixels, 3 Go de mémoire, le tout sous Android 2.3. Plus original, Samsung a également annoncé deux modèles double-SIM sous Android. Les Galaxy Y Duos et Galaxy Y Pro Duos. Les deux modèles partagent la même configuration : un processeur à 832 MHz, 2 Go de stockage, 512 Mo de mémoire vive, du Bluetooth 3.0, du WiFi, un capteur de 3 mpixels et un GPS. Le modèle Y Duos dispose d'un écran LCD 3,14 pouces, tandis que le modèle Y Pro ce contente de 2,6 pouces avec un clavier physique. Pour l'heure, aucune date de sortie n'est avancée.



## Microsoft Rafrâichissant

■ Microsoft Hardware présente la Notebook Cooling Base, une station d'accueil rafraîchissante qui autorise un usage du notebook sur les genoux grâce à une forme particulière qui permet une orientation à même de caler le tout entre ses jambes. Elle se relie grâce à un port USB qui permet d'alimenter le ventilateur. Il dégage la chaleur à une vitesse de rotation de 2 000 tours par minute, le bruit n'excédant pas les 30 dBA. Le Notebook Cooling Base est disponible en noir ou en blanc au prix de **20 euros**.



# AMD

## Radeon HD 7970

### Carte graphique record

■ Près d'un an après le lancement de la Radeon HD 6970, AMD vient d'annoncer sa toute nouvelle puce graphique haut de gamme ; la Radeon HD 7970. Bien plus qu'une simple évolution, ce GPU s'appuie sur une nouvelle architecture baptisée Graphic Core Next et d'autres nouveautés comme la compatibilité DirectX 11.1, la prise en charge du PCI-Express 3.0 et la présence d'un encodeur vidéo H.264 matériel. La puce est aussi gravée en 0,28 nm en lieu et place des 0,40 nm de la Radeon 6970, ce qui a permis entre autres de loger pas loin de 4,3 milliards de

transistors, un record à ce jour ! Autre point qui a été amélioré, la consommation électrique. AMD a mis en place une nouvelle technologie appelée ZeroCore Power qui permet d'abaisser au minimum la consommation lorsque la carte graphique est au repos. AMD indique alors une consommation de 3 Watts. Dans le cas d'une configuration Crossfire (plusieurs cartes graphiques en parallèle), le système est capable d'éteindre la ou les cartes non sollicitées et d'arrêter leur ventilateur. Les cartes graphiques à base de Radeon HD 7970 sont disponibles à partir de **499 euros**.

# MadCatz

## Une alliance détonante

■ Fruit d'une collaboration entre Microsoft et la branche Audio Pro Gaming de MadCatz, voici le Detonator, un nouveau casque stéréo officiel et exclusif destiné aux joueurs sur Xbox 360. Le casque est doté de haut-parleurs d'un diamètre de 50 mm pour des basses plus profondes et des aigus plus claires. S'ajoutent la fonction SVM permettant d'activer ou non l'écoute de sa propre voix, des boutons rétro-éclairés facilement visibles

dans la pénombre, un solide micro amovible et des boutons de réglage volume pour chaque canal jeu et voix. Par ailleurs, le Detonator peut aussi se connecter directement à un baladeur MP3 ou à un téléphone mobile. Enfin, son design ne laissera pas insensible les plus exigeants étant donné qu'il s'accorde parfaitement avec l'univers Xbox 360. Le casque Detonator est d'ores et déjà disponible au prix de **69,99 euros**.



# FUJIFILM



## Du zoom et du WiFi

Le constructeur présente sa nouvelle collection d'APN qui couvre tout aussi bien la gamme bridge que les modèles compacts experts en passant par les appareils bijoux et premier prix. On ne va pas présenter tous les modèles un à un mais il faut savoir que les appareils compacts (série T350, T400, XP150, XP50, Z1000EXR, Z110, JZ200, JZ100, JX700, JX580, JX550, JX520 et JX500) sont une évolution naturelle des modèles précédents avec l'intégration des dernières nouveautés du constructeur comme le GPS, la vidéo Full-HD ou la connexion WiFi suivant les modèles. Les capteurs sont de type CMOS ou CCD avec une résolution de 14 ou 16 Mpixels. Les prix s'échelonnent de 79 à 249 euros pour ces deux gammes. Pour les compacts dits Experts, Fujifilm a opté pour un capteur EXR-CMOS d'une résolution de 16 Mpixels. Le zoom couvre les focales de 24 à 360 mm (équivalent 35 mm) pour le F660EXR (249 euros). Les versions F770EXR

(329 euros) et F750EXR (299 euros) se voient dotées d'un zoom ultra-puissant 20x couvrant les focales de 25 à 500 mm (en équivalent). Dans la gamme des bridges, on trouve les modèles SL300, SL280, SL260 et SL240 s'appuyant sur un capteur EXR-CMOS de 16 Mpixels. Ils affichent respectivement des zooms allant de 30 à 24x pour des focales variant de 24-720 mm à 24-576 mm, toujours en équivalent. Les prix s'échelonnent de 249 à 279 euros. Enfin, les HS30EXR et HS25EXR représentent la haute de gamme de cette collection de bridges. Ainsi, ils adoptent un capteur EXR-CMOS de 16 Mpixels et un zoom 30x pour des focales 24-720mm. On trouve également un écran trois pouces orientable pour faciliter certaines prises de vues. Le HS30EXR bénéficie d'un viseur électronique de 920 000 pixels. Les prix respectifs sont de 449 et 349 euros.



## Grundig Snow Pack Tout Schuss !

Pour dévaler les pistes de ski au son de sa musique favorite, Grundig lance le Snow Pack. Il s'agit d'un baladeur MP3 spécialement conçu pour les conditions extrêmes des sports d'hiver. En plus du baladeur, le pack comprend des écouteurs et un bandeau pour protéger les oreilles du froid. Le baladeur dispose d'une capacité de 2 Go (plus de 500 morceaux au format MP3, WAV ou WMA) et assure une autonomie d'écoute de plus de sept heures. De par ses dimensions minimales (4,4 x 7,7 x 1,6 cm) et son poids plume (25 grammes), il peut aisément se glisser dans la poche. Il est disponible en blanc et en orange au prix de 59,99 euros.



## Samsung DV300F Autoportrait sans fil

Samsung annonce le dernier-né de sa gamme double écran : le DV300F. Ce compact intègre un écran LCD frontal de 1,5 pouce pour garantir un cadrage parfait même en autoportrait. Le retardateur visuel permet également de s'installer sans se presser avant le déclenchement de la prise de vue. Le boîtier est réalisé en aluminium brossé noir ou bicolore, il intègre un capteur de 16 mégapixels et un zoom optique 5x grand-angle 25 mm. Le DV300F est aussi le premier modèle double écran à offrir la technologie WiFi qui permet d'envoyer ses images par e-mail ou de les poster directement sur Facebook, Picasa, Flickr ou YouTube, ou encore de les télécharger automatiquement sur un PC. Le DV300F sortira en mars à 199 euros.

HARDWARE  
32 NEWS



## Netgear miniaturise le CPL

Presque deux fois plus petit qu'une prise CPL standard, le nouveau boîtier Nano AV+ 500 assure des débits théoriques allant jusqu'à 500 Mbit/seconde, idéal pour des applications telles que la TV HD, le streaming vidéo 3D/HD et le jeu en ligne multijoueurs. Basé sur le standard HomePlug AV et IEEE1901, le XAV5601 intègre une prise filtrée qui permet d'y connecter d'autres équipements électriques et de garantir une performance optimale. Il intègre une fonction de diagnostic qui, via un indicateur lumineux sur la face avant, informe automatiquement de la qualité du réseau CPL sur n'importe quelle prise électrique. Il est également doté d'un bouton de sécurité Push and Secure qui crypte les transmissions sur le réseau CPL. Enfin, pour économiser l'énergie, il s'éteint automatiquement lorsque le réseau n'est pas utilisé et consomme moins de 0,5 W en veille. Il est disponible immédiatement aux prix de **79,90 euros** l'unité et **129,90 euros** en paire.



## Logitech Souris tactile mutante

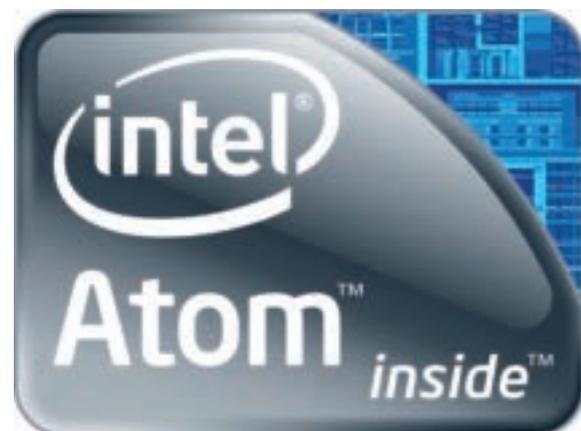
Logitech dévoile une nouvelle souris baptisée Cube qui offre à la fois toutes les fonctionnalités habituelles mais se mue en dispositif de présentation au besoin. Utilisée comme souris, la Logitech Cube fait défiler l'affichage lorsque l'utilisateur glisse son doigt sur la surface supérieure grâce au logiciel Flow Scroll qui permet un défilement fluide similaire à l'écran tactile d'un smartphone. Pour utiliser la Logitech Cube en mode présentation, il suffit de la soulever pendant quelques secondes. En cliquant sur le dessus, l'utilisateur passe à l'image suivante. Pour revenir en arrière, il suffit de tourner la souris dans sa main et de cliquer à nouveau. La Cube est fournie avec le nano-récepteur Unifying qui permet également d'y connecter un clavier, un pavé numérique ou même une autre souris sans s'encombrer de plusieurs prises USB. Elle sera disponible en Europe courant janvier à **69,99 euros**. Autre nouveauté, la Webcam HD Pro C920 permet la capture de vidéos en Full-HD 1080p avec la possibilité de les publier sur des sites comme Facebook, YouTube, ou Twitter. Elle est également compatible avec la toute dernière version de Skype pour recevoir des appels vidéo en Full-HD. La Logitech HD Pro Webcam C920 sera disponible courant janvier au prix de **99,99 euros**.

# Intel redessine l'Atom

Intel confirme le lancement de sa nouvelle plate-forme mobile basée sur le processeur Intel Atom connue sous le nom de code Cedar Trail. Elaborée pour permettre de concevoir des ordinateurs compacts et nomades à grande autonomie et à petit prix, principalement des netbook, cette plate-forme ajoute plusieurs fonctionnalités, combinant portabilité, productivité et navigation Internet. Ces ordinateurs seront disponibles chez la plupart des constructeurs dans les prochaines semaines. Le moteur multimédia de cette nouvelle plate-forme permet la lecture de vidéos et de contenus Blu-Ray en haute-définition 1080p et inclut des fonctionnalités de sortie vidéo telle que le HDMI et le Display Port. L'Intel Graphics Media Accelerator 3600/3650 associé au contrôleur de mémoire intégré fournit une meilleure réactivité du système et des performances améliorées, y compris dans le domaine graphique où la performance est doublée par rapport à la plate-forme de

génération précédente. Les systèmes basés sur les nouveaux processeurs Intel Atom peuvent offrir une autonomie allant jusqu'à 10 heures et des semaines entières en veille, tandis que la consommation énergétique est diminuée de près de 20 % par rapport à la plate-forme précédente. Grâce à sa technologie 32nm, Intel a incorporé plusieurs nouvelles fonctionnalités telles que l'Intel Wireless Display et l'Intel Wireless Music qui permettent de partager des vidéos ou des photos de son netbook vers son téléviseur, ou de jouer de la musique sur une chaîne audio sans connexion filaire. Des fonctionnalités supplémentaires telles que la technologie Intel Smart Connect permettent de profiter d'une connexion Internet immédiate au démarrage de recevoir e-mails et flux en veille. La technologie Intel Rapid Start permet elle de sortir plus rapidement du mode veille et améliore

l'économie de la batterie. En plus des processeurs mobiles Intel Atom N2600 et N2800, Intel lance aussi les Atom D2500 et D2700 pour les ordinateurs de bureau d'entrée de gamme et les tout-en-uns.



# DYNAMISEZ VOTRE RAYON JEUX PC !

LES MEILLEURS  
JEUX PC  
AU MEILLEUR PRIX

Just  
For  
Games



## NOUVEAUTÉS

Tous les mois,  
des franchises AAA  
en nouveauté  
à prix budget

## TOP DES VENTES

Les indispensables  
du jeu vidéo PC  
dans votre rayon

Mettez en place votre rayon PC idéal,  
contactez-nous :  
[commercial@just-for-games.com](mailto:commercial@just-for-games.com)

Just  
For  
Games



# 2012

## Ce qui devrait marcher

Quelles sont les familles de produits sur lesquelles on pourra compter pour générer de la valeur et de la croissance en 2012 ? Une question qu'il faut se poser en ce début d'année pour organiser un marché hi-tech qui risque de connaître dans son ensemble une période difficile avec toujours le même problème qui lui est propre et qu'il génère lui-même : la dépréciation par une baisse des prix beaucoup trop rapide. *Par Stéphane Kauffmann*



### Le smartphone

■ Ce fut le hit de l'année dernière avec déjà une quasi parité des ventes entre le téléphone ordinaire et le smartphone. Cette année, la bascule se fera et il est plus que probable qu'une belle croissance soit encore possible. En parallèle, étant devenu le téléphone de la majorité, il est évident aussi qu'une gamme complète se crée avec notamment des premiers prix qui vont faire leur apparition. Pour autant, la course à la performance devrait se poursuivre et maintenir la valeur. Il y a cependant quelques incertitudes aussi. Déjà, l'arrivée du quatrième opérateur pourrait remettre en cause le taux de subventionnement qui est en bonne partie responsable du renouvellement frénétique vers le haut de gamme. Il y a aussi moins d'innovations majeures à

attendre tant la miniaturisation et les performances ont fait un bond en avant l'année passée. Pour la taille d'écran, on se heurte au maximum qui fait sens sur un téléphone et la finesse étant déjà maximale, difficile de faire mieux. Pour les composants, de nouveaux processeurs encore plus puissants feront leur apparition mais déjà les actuels ont bien du mal à être exploités. Il faudra donc faire preuve d'imagination pour faire évoluer le matériel et le rendre encore plus attractif aux yeux du consommateur. Enfin, ce sera l'année de tous les OS. Apple devra batailler pour maintenir ses parts de marché face à une offre Android mature et en pleine explosion. D'autant que Windows 8, le premier OS unifié ordinateur et mobile, compte bien jouer les trouble-fêtes en fin d'année.

her



## Le casque audio

■ Cela fait plusieurs années maintenant que le casque affiche une croissance insolente. C'est même une des seules familles qui voit son prix moyen augmenter régulièrement. Après un succès considérable de l'intra-auriculaire, la tendance est au casque nomade de bonne taille et surtout haut de gamme par son accointance à des musiciens de renom, par le design et par la qualité. Le casque est vraiment un cas d'école d'un marché parfaitement maîtrisé avec des spécialistes qui savent ce qu'ils font et un marketing exemplaire qui joue sur les registres de la mode et des communautés. Même le rayon a joué son

rôle en mettant les casques en scène, voire en démonstration, notamment en leur accordant de la place en linéaire. Cela fut payant car quel que soit le niveau de gamme, la marge est importante et les différents segments ne se cannibalisent pas les uns les autres. Il n'y a aucune raison a priori pour que cet engouement s'arrête et le casque devrait encore connaître une belle année. Pour autant, il y a aussi des craintes à formuler car le nombre d'acteurs ne cesse de croître attirés par le succès et il ne faudrait pas que cette multiplication bouche le marché, avec à la clef une guerre des prix ou un marketing moins pertinent.

## La tablette

■ 2011 fut l'année un d'un marché de masse et avec 1,3 million d'unités vendues, elle a été plutôt satisfaisante mais ce ne fut pas non plus un raz-de-marée et pour cause, l'offre n'était qu'émergente face à un iPad archi-dominant. Cette année, la concurrence sous Android pourra compter sur des composants matures et en avance sur Apple, comme le montre déjà le processeur Nvidia Tegra 3 et ses cinq cœurs sur la nouvelle tablette d'Asus. Un tel matériel est capable de rendre la tablette aussi performante qu'un notebook entrée de gamme et pour le jeu, on se situe même dans les clous d'une console de jeu actuelle. Plus que sur smartphone, l'évolution du marché applicatif sera déterminante pour le succès de la catégorie car si réellement la tablette devient une alternative crédible au livre, au lecteur DVD, à la console de jeu et à l'ordinateur pour les messageries comme la navigation Internet, il y a fort à parier que la croissance pourrait dépasser les prévisions actuelles pour 2012. Côté OS, Android est désormais mature et Windows 8 arrive avec la possibilité d'intégrer à la fois des composants de téléphone et de PC. Pour autant, la tablette fait aussi face à des risques et à des incertitudes. Une offre très low-cost, émanant surtout de la part des constructeurs qui ne peuvent pas lutter sur le plan technique et production pourrait faire baisser la valeur et surtout engendrer une chute de prix alors que le consommateur est prêt à payer pour ce produit lifestyle. Il ne faudrait pas répéter ce qui s'est passé sur le marché de l'ordinateur. Autre inconnue, dans quelle mesure la tablette ne fusionnera-t-elle pas avec le notebook en se dotant d'un clavier amovible ?





## L'ultrabook

■ **Initié par Intel, ce concept d'un ordinateur ultra-portable sans compromis a vu le jour en 2011 avec des produits à fort potentiel.** Il s'agit de marquer une rupture claire et nette avec un marché IT devenu terne et sans perspectives de valeur désormais. Et le pari semble réussi au niveau matériel car un ultrabook est réellement sexy, d'une finesse incroyable, immédiatement disponible, puissant et autonome. C'est un ultraportable sans compromis pour le grand public. En contrepartie, le prix est évidemment élevé par

rapport à ce qui se pratique en IT mais c'est facilement explicable à un consommateur qui est à la recherche d'un produit valorisant. Difficile en

revanche de prédire si la rupture est suffisante et surtout capable de sortir l'IT d'une politique de prix désormais très enracinée dans l'esprit du consommateur. Les magasins auront d'ailleurs un rôle critique à jouer pour faire passer le message. L'autre risque est que face à un cahier des charges assez précis, il soit difficile de réaliser des produits très différents. 2012 sera l'année de vérité pour l'ultrabook et on espère de tout cœur que cela fonctionnera pour sortir l'IT du marasme des premiers prix. D'autant plus que des hybrides ultrabook/tablette devraient voir le jour ce qui semble très prometteur, surtout avec un Windows 8 enfin pensé pour le tactile et la souris.



## La station d'accueil et l'enceinte nomade

■ **La musique est désormais dématérialisée et le plus grand nombre la stocke sur son smartphone, sa tablette, voire son ordinateur portable.** Fort logiquement, les systèmes de diffusion adaptés ont vu leurs ventes s'envoler et comme pour le

casque, une politique de prix rigoureuse et un marketing efficace ont abouti à une forte valeur ajoutée et à un haut de gamme qui se porte bien. Mais c'est aussi un produit assez

limité car généralement destiné aux seuls appareils Apple. Comme en parallèle, c'est Android qui fait désormais le plus gros du marché en smartphone, il va falloir se diversifier pour pérenniser la croissance mais ce n'est pas simple car il n'y a pas de connexion directe universelle. C'est donc logiquement vers la transmission sans fil que les constructeurs commencent à se tourner. Téléphones, tablettes et ordinateurs sont le plus souvent WiFi et Bluetooth, ce qui permet de réaliser des enceintes compatibles très largement. Il faut juste faire oublier les errances du passé avec une configuration compliquée et un fonctionnement aléatoire, probablement en oubliant les normes et en argumentant sur les produits à sonoriser. Comme à son habitude, Apple a pris les

devants avec l'AirPlay qui pour une fois ne fait pas l'unanimité avec un prix exorbitant et une configuration pas toujours simple. De son côté, l'enceinte sans fil plus ou moins nomade destinée au smartphone, à la tablette et/ou au notebook semble être un marché prometteur car forcément aidé par un produit maître qui se vend très bien. Pour plus de détails, lisez notre panorama en page 42.



## L'appareil photo hybride

■ C'est le pari un peu risqué de cette sélection. Pour l'heure, la France semble réfractaire au concept (70 000 unités en 2011) peu aidé par un marketing aberrant depuis le lancement. Le positionnement était flou, il y avait quasiment autant d'appareils que de sous-catégories, le concept n'a pas été expliqué au consommateur ni mis en avant dans les rayons. Alors pourquoi être optimiste ? Tout d'abord parce que l'offre est désormais constituée et bien plus logique qu'au début. Ensuite car l'avantage de la compacité est enfin réellement exploité, notamment avec des zooms vraiment plats. De même, de gros progrès technologiques ont été faits avec désormais des appareils matures réellement convaincants. Enfin et surtout, les fabricants historiques, notamment de reflex, s'y mettent avec un Nikon qui s'est déjà engagé et les autres qui devraient suivre sous peu. Avec tous les acteurs majeurs de la photo

présents sur le segment, un positionnement plus clair d'un appareil qui permet d'évoluer dans sa pratique sans complexité et avec un encombrement réduit et des moyens tant pour la communication que pour le marketing et le magasin, il y a une réelle chance pour que l'hybride devienne enfin le moteur de croissance du monde de la photo, ce pour quoi il a été conçu.



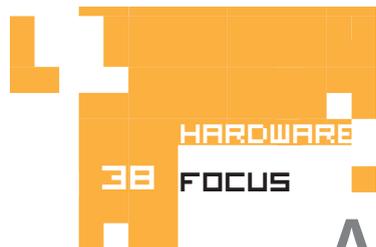
■ C'est une estimation plus risquée. Si avec une offre désormais plurielle et tous les grands marchands de livres impliqués, 2012 sera vraisemblablement l'année du livre électronique en France. Il est peu probable que les éditeurs réfractaires puissent encore se couper de ce marché longtemps et il n'y a aucune raison pour qu'une partie des lecteurs ne soit



## Le livre électronique

pas séduite. Ce n'est pas là que se situe l'inquiétude mais plutôt dans le fait que les acteurs du livre semblent décidés à combiner l'offre matérielle et logicielle, ce qui laisse peu de place aux fabricants tiers. La Fnac a son offre en partenariat avec le fabricant canadien Kobo, Amazon son Kindle, Virgin son Bookeen et Sony ses liseuses et sa librairie sous peu. Tout est fait pour que le lecteur digital en reste à cette offre. C'est donc un grand point d'interrogation. Est-ce qu'une fois tous les éditeurs présents, des libraires plus indépendants vont s'organiser ? Y aura-t-il une place pour l'innovation produit indépendante ? Une chose est sûre, la liseuse peut encore énormément progresser et innover en de nombreux points par son ergonomie, une illumination intégrée, etc.





# Asus Transformer Prime & Nvidia Tegra 3

## La première tablette next-g



Nvidia aura encore une fois pris de court les fabricants de processeurs mobiles établis en lançant le premier quadri-cœur et demi, le Tegra 3. Asus l'intègre en exclusivité dans sa nouvelle tablette Transformer Prime qui reprend le principe du dock clavier mais en s'affinant encore. C'est la première tablette nouvelle génération qui vient titiller le notebook par les performances et la versatilité. Par Stéphane Kauffmann



# te gen



**Certains pourraient être étonnés par l'arrivée si rapide d'une nouvelle version du processeur mobile de Nvidia.** Cependant, il faut rappeler que si les premières tablettes n'étaient arrivées que début 2011, le processeur en lui-même était disponible depuis déjà plus d'un an. Asus a donc choisi un processeur très puissant pour accompagner une tablette très séduisante. Une combinaison fort efficace. Avec son alliance de métal et de plastique texturé, la première Transformer n'était ni la plus fine, ni la plus légère des tablettes mais elle était certainement l'une des plus réussies esthétiquement. Cela n'a pas empêché Asus de revoir profondément son design pour la Prime. C'est désormais du métal qui habille l'essentiel de l'appareil tandis que le contour est composé de plastique. Les matériaux sont de très bonne qualité et l'assemblage est parfait.

## ■ Régime minceur

La tablette a subi un sérieux régime puisqu'elle ne pèse que 590 grammes (600 pour l'iPad 2) et ne fait plus que 8,3 mm d'épaisseur (8,8 mm pour l'iPad 2).

Elle se paie même le luxe d'être plus fine que la tablette Android qui détenait ce record jusque-là, soit la Galaxy Tab 10.1 de Samsung (8,6 mm). Seule petite différence, des bords légèrement plus larges (un demi-centimètre en hauteur et en largeur). Plus étonnant, Asus a pu caser une connectique complète dans une tablette aussi fine. En plus du connecteur dock qui fait la jonction entre le clavier et la tablette mais sert aussi à la recharge et à l'USB, on trouve une sortie micro-HDMI et un lecteur de cartes micro-SD. Faible poids et finesse obligent, la prise en main est excellente. Les bords larges rendent la tablette un peu plus encombrante que la moyenne mais en contrepartie, ils évitent de laisser les doigts dépasser sur l'écran.

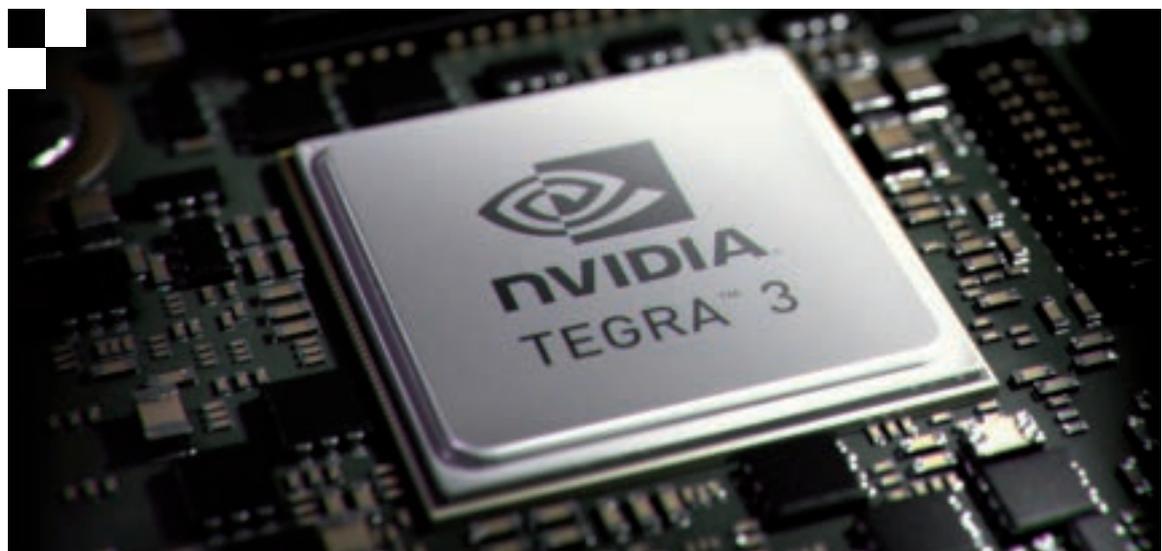
## ■ La mutation

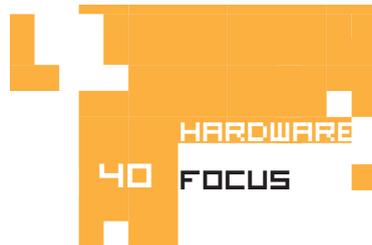
Le dock a suivi une évolution similaire à celle de la tablette. Il est nettement plus fin et plus léger, tout comme il troque le plastique contre du métal. Le clavier remplit quasi intégralement la surface (soit les mensurations de la tablette), ce qui aboutit à un confort de frappe maximal selon les contraintes imposées. Le touchpad est forcément petit mais il est également possible de connecter une souris nomade. Le dock fait aussi office de batterie d'appoint pour doubler l'autonomie ou presque. Une fois refermé, la Transformer Prime est nettement plus compacte qu'un netbook standard et un peu plus légère. L'ensemble dock/tablette est solidement verrouillé et le système de fixation est très facile à utiliser. Le système se prête étonnamment bien à une utilisation à la souris et au clavier, le navigateur et la messagerie étant les applications qui en tirent le plus avantage. En revanche, les suites bureautiques sous Android ne sont pas encore très convaincantes. Avec son dock, la Prime montre donc qu'une tablette peut devenir un ultraportable convaincant avec peut-être à terme l'intégration du clavier sans trop augmenter le poids et l'encombrement même si pour l'heure, les tentatives n'ont pas été très convaincantes. Reste qu'Android n'égale pas Windows en termes de gestion du contenu et de compatibilité. C'est donc là que la version 8 du système de Microsoft aura sans doute une carte à jouer. Car si on retrouve tous les

avantages de la tablette et du notebook réunis en un seul objet...

## ■ Un processeur sur-vitaminé

Près de deux ans après l'introduction du Tegra 2, la version 3 de la puce mobile de Nvidia fait ici sa première apparition. Les changements sont nombreux : plus de cœurs, fréquences revues à la hausse, partie graphique plus puissante ou encore un décodage vidéo enfin correct. Reste à voir si toute cette débauche de puissance ne se fait pas au dépend de l'autonomie. Tegra 3 mis à part, la configuration de la Transformer Prime est très classique avec 1 Go de mémoire vive et une capacité de stockage de 32 ou 64 Go. Surnommé Kal-El, ce processeur représente un grand pas en avant. On passe déjà de deux à quatre cœurs, voire cinq pour être plus précis. Outre les quatre cœurs principaux, il y a un cœur compagnon très basse consommation qui se chargera de toutes les tâches de fond et du décodage vidéo. Les fréquences oscillent désormais entre 1,3 (plusieurs cœurs allumés) et 1,4 GHz (un seul cœur). Contrairement à son prédécesseur, le Tegra 3 sait se réguler en fonction de la charge et de l'application. Le processeur change donc à la volée le nombre de cœurs allumés et leur fréquence. Conséquence, la consommation est nettement plus maîtrisée. Ajoutez





à cela un cœur compagne qui permettra souvent d'éteindre tous les cœurs principaux avec l'économie d'énergie que cela implique et on comprend comment Nvidia a réussi à tant augmenter la puissance de sa puce sans nuire à l'autonomie. Pour la partie graphique, Nvidia annonce avoir multiplié les performances effectives par trois. Tout cela reste cependant théorique pour l'essentiel en attendant des applications qui en tirent profit.

### ■ Une console de jeu

C'est dans le domaine du jeu vidéo que le bât blesse. Les développeurs, particulièrement de jeux, sont face à une quadrature du cercle. Pour tirer la quintessence des composants, il faudrait optimiser pour chaque processeur, ce qui est coûteux. Par ailleurs, les titres arrivant à un degré de sophistication similaire que sur console de jeu, les coûts de développement explosent donc aussi. Et au final, l'application si sophistiquée ne pourra se vendre que quelques euros ! A l'heure actuelle, seule une poignée de jeux sont optimisés Tegra 3. ShadowGun est un sympathique jeu d'action à la troisième personne disponible depuis quelques temps qui a droit à des effets supplémentaires dans sa version Tegra 3. Si cela se voit dans certaines phases avec des réflexions et surtout une représentation de l'eau plus réaliste, ce n'est pas radical non plus. Parmi les jeux optimisés, il y a aussi Riptide GP, une course de jet-ski. Là encore, les effets d'eau sont plus réalistes et il y a même des projections virtuelles sur l'écran comme si le joueur était situé derrière une vitre. Si pour le moment, les différences ne sont donc pas énormes, on remarque tout de même que les jeux sont d'une manière générale bien plus fluides et que le potentiel est énorme. Sans nul doute, il est possible de réaliser des jeux qui sont tout à fait comparables à ce qui se fait sur console portable next-gen, soit la Sony Vita pour ne pas la nommer. Nvidia affirme aussi avoir déjà convaincu nombre de studios d'optimiser les titres pour sa plateforme. Quelles conclusions peut-on tirer de tout cela ?



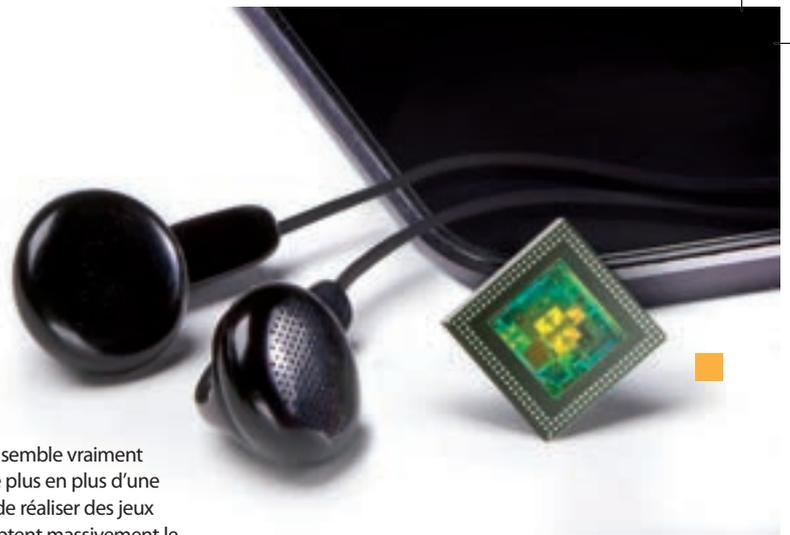
La capacité graphique du Tegra 3 semble vraiment monstrueuse et on s'approche de plus en plus d'une console de salon. Il sera possible de réaliser des jeux superbes si les constructeurs adoptent massivement le Tegra 3 et si les autres futurs processeurs de Qualcomm et Texas Instrument peuvent soutenir la comparaison sans nécessité d'optimiser spécifiquement. Autre interrogation, quel futur peut-il y avoir pour des consoles portables comme la prochaine Nintendo DS ou la Sony Vita ? Car autre nouveauté, il est désormais possible de connecter une manette USB ou Bluetooth pour mieux profiter des jeux. Combinez cela à la sortie



HDMI et vous obtenez une petite console de salon. D'autant qu'il serait étonnant qu'aucun constructeur ne sorte une tablette avec une manette intégrée. Le surcroît de puissance apporte aussi un gain de confort immédiat sur le système. La fluidité est parfaite par rapport à ce que l'on a vu jusque-là. La différence se fait particulièrement ressentir lorsque plusieurs applications sont lancées. On peut dire qu'Android 3 a enfin le processeur qu'il mérite. Cependant, cette période devrait être relativement courte puisque Asus a déjà annoncé que la version 4 serait portée sur la Transformer Nexus à sortir sous peu.

### ■ HD et autonomie

Le Tegra 2 souffrait d'un énorme handicap, il était incapable de lire les vidéos HD encodées en h.264 High Profile. L'utilisateur était donc obligé de passer par la case ré-encodage pour profiter de toutes ses vidéos. Tout cela est du passé puisque le Tegra 3 est capable de décoder tout de manière matérielle. Il est par contre dommage qu'Asus se soit contenté du lecteur par défaut à la compatibilité limitée. Avec une application tierce et un câble micro-HDMI, la tablette fera un lecteur vidéo de salon très convaincant. Nos craintes d'une puissance acquise au profit d'une autonomie moindre se sont révélées fausses. Le Tegra 3 est clairement plus doué que son ancêtre sur ce point. Trois



réglages faisant varier la fréquence maximale sont facilement accessibles : Normal, Équilibré et Économie d'énergie. En mode normal et en alternant surf, jeu et lecture de vidéos, nous avons tenu un tout petit peu moins de 8 heures sur la batterie de la tablette. Le dock à lui ajouté cinq heures d'autonomie. Il faut préciser que nous avons beaucoup joué et que cette activité est clairement la plus gourmande de toutes.

La lecture vidéo quant à elle est particulièrement peu énergivore. Dans une utilisation moins joueuse et plus équilibrée, on devrait pouvoir dépasser les 15 heures d'autonomie avec le dock.

### ■ La première tablette next-gen

La Transformer avait tenu pendant quelques mois le titre de meilleure tablette Android avant de se faire doubler par Samsung et sa Galaxy Tab. Avec la Prime, Asus repasse devant avec un modèle de design, de qualité et de puissance. Le constructeur a su reprendre les points forts de la Transformer originale et les sublimer pour obtenir une tablette qui donne un sérieux coup de vieux à l'iPad 2. Le processeur Nvidia Tegra 3 est impressionnant mais il faudra du temps et de l'argent pour que les applications, et particulièrement les jeux, en tirent la quintessence. Pour le prix, la Transformer Prime se positionne directement en face de l'iPad avec 600 euros en version 32 Go. Il faut toutefois préciser que le dock est fourni ce qui accroît la valeur face à l'iPad. Au-delà de ces considérations, la Prime inaugure ce que seront sans doute les tablettes de demain, avec pour évolution la plus marquante une grande universalité. Jusqu'à présent, c'était un outil de consultation parfait. Là, elle se mue en console de jeu dernier cri et en notebook ultraléger. D'ailleurs, la puissance et les possibilités au regard de la taille de l'écran et de la tablette présentent un rapport plus avantageux qu'aucun autre appareil sur le marché.



# Easy tools for easy life.\*

**Nouvelle Collection**  
**City Classic.**  
**Le savoir-faire**  
**d'Urban Factory**

\* Des outils pour vous faciliter la vie.

**City Classic**

[www.urban-factory.com](http://www.urban-factory.com)





# Enceintes autonomes sans fil L'avenir du

C'est acquis, les appareils nomades sont devenus les sources musicales privilégiées en lieu et place des CD. C'est donc leur contenu qu'il s'agit de diffuser désormais dans la maison. Et pour ne pas perdre l'avantage de la mobilité, on s'achemine logiquement vers des enceintes sans fil qui pourraient bien devenir un marché très prometteur en 2012. Entre AirPlay et Bluetooth, l'offre commence à s'organiser pour sonoriser les smartphones et autres tablettes. Par Stéphane Kauffmann

Alors que la diversification maximale des sources musicales et vidéo semblait avoir été atteinte, de nouveaux supports ont fait leur apparition avec notamment les tablettes et les ultrabooks. Petit à petit, le dématérialisé et la mobilité s'imposent au détriment des supports physiques et des appareils résidentiels. Le CD est une espèce en voie de disparition et les chaînes audio servent de plus en plus à diffuser une musique stockée ailleurs. La normalité du foyer en 2012 sera le plus souvent une bibliothèque audio qui se trouve en premier lieu sur le smartphone en passe d'évincer plus ou moins définitivement le baladeur traditionnel. Les tablettes en



## B&W Zeppelin Air L'AirPlay Hi-Fi

La station d'accueil Zeppelin s'est rapidement imposée comme un modèle du genre, un produit iconique aussi bien pour son design que pour ses performances sonores. Cette seconde version se dote de la technologie AirPlay. D'un dessin extrêmement sobre, le Zeppelin ne présente qu'un minimum de commandes. Pour la configuration initiale du WiFi, il faut connecter l'enceinte au réseau par la prise filaire et effectuer les réglages sur un ordinateur relié également au réseau par le biais d'un navigateur Web. C'est un peu compliqué mais n'est à faire qu'une fois. A l'écoute, le Zeppelin Air ne dément pas la réputation d'excellence de B&W. La restitution est puissante, d'un équilibre tonal chaleureux, mais sans excès et des plus agréables. Les basses ont du tempérament, le médium bénéficie d'aération et de définition, tandis que l'aigu se montre relativement doux sans pour autant être effacé. Le son est, en toutes circonstances et même lorsque l'on pousse le volume, très propre, dénué de distorsions, vibrations ou résonances parasites.

- Puissance : 4 x 25 + 100 W
- Connectivité : entrée mini-jack analogique et numérique optique, dock iPod, Airplay (par WiFi et Ethernet), port USB (pour mise à jour)
- Télécommande : oui
- Alimentation : secteur intégrée
- Dimensions : 65 x 18 x 21 cm
- Poids : 6,1 kg

600 €



## iHome iW1 AirPlay autonome

C'est une enceinte discrète et compacte. L'esthétique allie sobriété et élégance tandis que la finition est de très haut niveau. Le dessus accueille un pavé de commandes tactiles qui s'éclaire d'une lumière bleutée. En revanche, l'enceinte ne comporte pas de dock pour iPod/iPhone. Pour le raccordement physique d'un produit Apple, il faut utiliser la prise USB et le câble adaptateur fourni. Le gros point fort de l'iW1 tient dans le fait qu'il s'agit d'une enceinte réellement nomade qui intègre une batterie et se recharge le plus simplement du monde en la posant sur un socle. La connexion au réseau WiFi se fait assez simplement par le biais de l'application gratuite iHome Connect en branchant un appareil iOS au port USB. En complément, iHome propose deux applications pour accéder aux web-radios et transformer la station en radioréveil. Comme son alimentation se fait par batterie, l'enceinte iW1 n'est pas d'une puissance très élevée et les haut-parleurs sont de petite taille. Aussi, l'iHome délivre un son propre mais avec un grave qui n'est pas abyssal et une dynamique un peu plate cependant pas dénuée de chaleur et qui bénéficie de timbres bien équilibrés ainsi que d'une définition et d'une intelligibilité appréciables. Par ailleurs, la puissance acoustique est largement suffisante pour une écoute en semi-proximité dans toutes les pièces d'une habitation ou même dans le jardin.

- Puissance : NC
- Connectivité : entrée mini-jack analogique, port USB (pour appareils iOS et mise à jour), Airplay (par WiFi)
- Télécommande : oui
- Alimentation : adaptateur secteur externe + batterie
- Dimensions : 31,7 x 18,6 x 9,4 cm
- Poids : 2,72 kg

300 €

# nes J son

cours de conquête stockent aussi musiques et vidéos, sans oublier l'ordinateur portable où se trouve de plus en plus souvent l'exhaustivité de la librairie musicale personnelle. Dernière évolution en date, les ultrabooks atteignent un degré de nomadisme qui les rapproche des tablettes et ils sont généralement dotés de la transmission sans fil en Bluetooth. Ce n'est pas anodin. La limitation de ces nouvelles sources fait que la diffusion se réduit à l'écoute de grande proximité par un casque ou une enceinte intégrée de faible puissance. Le marché de la chaîne audio glisse donc progressivement mais sûrement vers des appareils capables

d'amplifier et de diffuser plus largement ces sources. Pour l'heure, deux solutions s'affrontent, celles qui se focalisent sur le marché Apple et les autres. La marque à la pomme ayant longtemps dominé sans partage le marché du stockage musical nomade, il est logique de s'être focalisé sur les iPod et autres iPhones. Cela s'est déjà traduit par l'apparition d'une connexion idoine sur la plupart des appareils de restitution comme les chaînes intégrées. Ensuite s'est créée la catégorie des stations d'accueil avec le succès que l'on connaît. Les autres sources musicales et notamment les PC ne pouvaient guère se faire entendre que par l'intermédiaire d'un support de stockage USB avec le passage obligatoire par une étape copie. Aujourd'hui, ces solutions propriétaires atteignent leurs limites avec l'obligation de connecter physiquement l'appareil et par la limitation au monde Apple alors que désormais le smartphone sous Android représente la majorité du marché.

## Sans fil

On s'oriente donc clairement vers l'abandon de la relation physique avec la source et vers la diversification quant aux types d'appareils. Avec la croissance phénoménale des ventes de smartphones, l'arrivée en fanfare des tablettes et aussi la migration du notebook vers l'ultraportable, on peut même

prédir que la catégorie de la diffusion déportée du son sans fil devrait être un des secteurs les plus prometteurs cette année. Comme à son habitude, le monde Apple offre une réponse propriétaire et haut de gamme avec AirPlay. Elle suppose non seulement l'existence d'un « iAppareil » source mais aussi l'existence d'un réseau WiFi domestique, ce qui est de plus en plus souvent le cas de facto car toute box opérateur en crée un. L'AirPlay ne se limite pas aux seules enceintes autonomes qui remplacent les stations d'accueil traditionnelles mais peut aussi équiper une chaîne audio ou vidéo. Curieusement et une fois n'est pas coutume, la configuration WiFi de ces enceintes AirPlay est assez compliquée mais ce n'est à faire qu'une fois. En revanche une fois connecté, on retrouve la simplicité qui a fait le succès des appareils Apple. L'enceinte AirPlay est reconnue d'office par l'appareil source et le son est automatiquement déporté vers elle. Ensuite, elle peut aussi être munie d'un dock Apple et même se passer d'alimentation filaire par des batteries qui la rendent complètement autonome. Les limitations sont les mêmes que d'habitude : les appareils non Apple sont exclus, si ce n'est par une connexion auxiliaire et filaire. Autre limite, le prix est vraiment très élevé, du moins pour les premiers modèles arrivés sur le marché. Pour autant, il est probable que la catégorie connaisse un certain



## Altec Lansing inAir 5000 L'AirPlay en force

Comme beaucoup de ses confrères, c'est avec un modèle résolument haut de gamme qu'Altec Lansing a décidé de se lancer sur le marché AirPlay. L'inAir 5000 est donc une enceinte relativement cossue et imposante qui prend une amusante forme de grand sac à main avec un habillage en tissu gris foncé et un fermoir en aluminium brossé qui donne à l'ensemble une touche de luxe. L'inAir 5000 ne possède pas de dock pour iPod/iPhone, le raccordement physique d'un périphérique iOS se fait donc depuis le port USB placé au dos. Une prise réseau filaire permet de se connecter au réseau domestique, notamment pour paramétrer le WiFi par un navigateur sur un ordinateur relié également. Cela devrait aussi pouvoir se faire par un appareil iOS et une application mais qui n'était pas encore disponible lors du test. Appareil relativement ventru, l'inAir 5000 est également un produit puissant. Ses amplificateurs intégrés développent une puissance totale de 120 watts et fonctionnent en configuration 2.1. Aussi, l'enceinte Altec Lansing délivre un son qui démenage. Elle fournit une puissance acoustique permettant de sonoriser un grand espace et même d'assurer une petite soirée dansante entre amis. Les basses sont particulièrement présentes et virulentes. Cette station Altec Lansing ne fait pas dans la dentelle mais fait preuve de beaucoup d'enthousiasme et de punch.

- Puissance : 120 W
- Connectivité : entrée mini-jack analogique, port USB (pour appareils iOS et mise à jour), sortie casque, AirPlay (par WiFi ou Ethernet)
- Télécommande : oui
- Alimentation : secteur externe
- Dimensions : 48 x 22 x 15 cm
- Poids : 4,1 kg

550 €

## Libratone Beat Hi-Fi propriétaire

Certes, il faudra débourser 600 euros pour cette enceinte Libratone mais elle peut revendiquer la simplicité et prétendre à l'appellation Hi-Fi. Ainsi les matériaux et les haut-parleurs employés sont ceux d'une réalisation audiophile haut de gamme. Il en résulte un son exceptionnel au regard de la taille. C'est une des rares, sinon la seule enceinte autonome, qui permet d'écouter du classique ou du jazz dans de bonnes conditions. Pianos, violons et cuivres, les instruments acoustiques présentent des timbres et une sonorité particulièrement naturels. La restitution est chaleureuse avec des basses vivantes mais jamais envahissantes. La scène sonore est ample même si l'effet n'est pas à proprement parler stéréo. Pour que la transmission sans fil se fasse simplement et sans interférences, le système est propriétaire. Pour les appareils Apple, il suffit d'y brancher un minuscule adaptateur. Un autre en USB se connecte à n'importe quel ordinateur pour en diffuser le contenu musical. La mise en service est immédiate et la qualité de transmission parfaite. Cette enceinte se déplace facilement d'une pièce à l'autre par la poignée intégrée, même s'il faut la relier au courant.

- Puissance : 100 W
- Connectivité : entrée mini-jack analogique, connexion sans fil à un ordinateur et un appareil iOS par adaptateurs fournis
- Alimentation : secteur intégrée
- Dimensions : 47 x 19 x 15 cm
- Poids : 6,5 kg

600 €





# Enceintes autonomes sans fil

HARDWARE  
44 PANORAMA

■ ■ ■ succès car on le sait, les adeptes de la pomme sont prêts à investir dans leur équipement.

## Sonoriser Android

Avec un marché du Smartphone et de la tablette sous Android qui ne cesse de grossir et qui devrait sous peu occuper l'essentiel du marché ainsi qu'un PC portable qui représente toujours un support de stockage privilégié, une solution plus universelle aura toutes les chances d'emporter la mise à condition qu'elle soit simple à mettre en œuvre. Comme pour AirPlay, le recours au réseau WiFi paraît assez évident car tous les smartphones/tablettes/notebooks sont compatibles. Certains s'y sont d'ailleurs déjà essayés, notamment avec le web-radios mais les ventes sont restées confidentielles. La configuration WiFi fait peur ! Il est sans doute temps de repenser cette solution pour aboutir à des enceintes nomades WiFi plus simples à mettre en œuvre et dont l'argument marketing serait similaire à celui de la station AirPlay avec la mise en avant de la restitution sans fil de tous les appareils nomades et surtout pas de la technologie WiFi. Les avantages sont nombreux et on peut citer la compatibilité maximale et une couverture d'une grande partie du foyer. Pour l'heure et en dehors de web-radios, aucun constructeur ne s'est lancé dans cette voie mais

l'arrivée de l'AirPlay donnera sans doute des idées à certains. Pour éviter les problèmes de configuration ou d'instabilité du réseau sans fil, il est également possible d'avoir recours à des solutions propriétaires qui nécessitent un adaptateur sur l'appareil nomade. C'est une solution élégante et fiable mais onéreuse et qui présente le risque de perte d'un dongle minuscule qui doit aussi être connecté à chaque fois. Cette solution ne conviendra donc qu'à des enceintes haut de gamme plutôt destinées à un usage exclusivement résidentiel. Il est peu probable qu'il n'y ait un marché de volume pour ce type de solution propriétaire.

## Bluetooth plus nomade

Reste donc une norme qui a été faite pour la diffusion nomade du son sans fil mais qui a souffert d'une maturation chaotique. Avec une nécessité d'appairage souvent complexe et des coûts importants, le Bluetooth n'a pas convaincu au-delà de certains emplois spécifiques comme le kit mains-libres en voiture. Et pourtant ce standard présente de nombreux avantages et il est désormais arrivé à maturité. Déjà, tous les smartphones et toutes les tablettes en sont équipés. Les notebooks récents y reviennent aussi de plus en plus et notamment les ultrabooks. Si d'aventure l'ordinateur portable n'est pas compatible, un adaptateur externe par USB coûte une quinzaine d'euros. Autre avantage, le Bluetooth

consomme peu d'énergie et peut donc aisément équiper une enceinte sur batterie de petite taille. Dans les dernières versions, le Bluetooth se passe de l'appairage par mot de passe et offre des fonctions directes de commandes comme Lire, Pause et Changement de plage. Enfin, le Bluetooth établit une liaison entre deux appareils et ne nécessite donc aucun réseau domestique qui peut être perturbé ou saturé. Le Bluetooth semble donc tout indiqué pour équiper les nouvelles enceintes sans fil. Il y a toutefois des limites aussi dont la seule vraiment contraignante est une portée utile d'environ dix mètres. Pas question donc de laisser l'appareil à l'autre bout de la maison pour sonoriser une pièce. Le Bluetooth se destine plutôt à des enceintes vraiment nomades sur batterie qui serviront à amplifier le son d'un appareil nomade en semi-proximité. On peut cependant envisager des solutions puissantes au niveau de restitution élevé et qui sont alimentées par le courant pour un emploi strictement domestique, mais le véritable potentiel sera sans à chercher dans des enceintes de petite taille totalement autonomes et qui peuvent s'emporter aisément d'un endroit à un autre. A condition d'oublier l'argument du Bluetooth plutôt mal perçu par le consommateur et en axant le discours sur une enceinte sans fil autonome qui est faite pour les smartphones/tablettes/notebooks, cette catégorie est sans doute promise à un très bel avenir dès cette année.



## Telefunken Sound Mobile MU802 Sans fil et sans courant

■ Cette enceinte est la première à être réellement autonome. En effet, elle se passe de fils pour recevoir la musique ainsi que de courant pour fonctionner. Sa batterie se recharge à l'énergie solaire par un panneau photovoltaïque situé sur le dessus. Ainsi, nous avons pu écouter de la musique en continu pendant six heures après une charge complète d'une journée à la lumière du jour sans soleil direct. Il suffit de la placer près d'une fenêtre. En cas d'urgence, une recharge par un port USB est toujours possible. La transmission sans fil se fait en Bluetooth et tout appareil compatible comme un smartphone ou une tablette sera immédiatement reconnu sans aucun problème lors de la configuration. La distance maximale est d'environ 10 mètres sans obstacle. Les commandes se résument à un bouton de mise en service et de réglage du volume. Des voyants renseignent sur l'état de charge et de la connexion. Cette enceinte est même protégée contre les éclaboussures et résiste à l'eau. Elle pourra donc être utilisée en extérieur tant qu'il ne pleut pas, un usage évident. Le son produit est étonnamment puissant mais il faudra se limiter pour garder un rendu acceptable. Logiquement, il y a peu de basses mais dans l'ensemble la restitution est correcte avec de la clarté à défaut de dynamique. On retiendra surtout que c'est la première enceinte réellement indépendante de toute source de contenu et de courant.

- Puissance : NC
- Connectivité : entrée mini-jack analogique, connexion sans fil Bluetooth
- Alimentation : panneau solaire et USB
- Dimensions : 21,7 x 19,2 19,7 cm
- Poids : 1,4 kg

149 €



## Logitech Mini Boombox Le miracle sonore

■ Elle mesure 11,5 x 6,5 x 5,7 cm et n'occupe donc pas plus d'espace que deux paquets de cigarettes posés l'un sur l'autre. Le poids est tout aussi contenu avec 214 grammes. Il s'agit donc d'une petite enceinte nomade qui l'est vraiment et que l'on pourra avoir toujours sur soi dès que l'on est en déplacement. Fonctionnant en Bluetooth, la Mini Boombox peut recevoir n'importe quelle source compatible avec cette norme, donc déjà tous les smartphones, toutes les tablettes et une bonne partie des ordinateurs portables. La Mini Boombox est aussi un bel objet minimaliste. Sur le dessus s'illuminent en rouge discret une série de touches tactiles qu'il suffit d'effleurer. On pourra ainsi régler le volume, mettre en pause et même passer au morceau suivant ou revenir au précédent. La recharge se fait par un port mini-USB standard. L'autonomie est d'une dizaine d'heures. Le son est tout simplement hallucinant au regard de la taille. Le niveau possible est largement suffisant pour une écoute de proximité mais surtout il y a vraiment des basses et les médiums sont bien présents aussi. Les aigus ne saturent pas de leur côté et ne sont pas agressifs, comme c'est souvent le cas sur une si petite enceinte. La restitution est dynamique avec une belle prestance qui manque juste un peu d'ampleur ce qui est logique. Pour autant, le rendu est agréable, musical et très vivant.

- Puissance : NC
- Connectivité : entrée mini-jack analogique, connexion sans fil Bluetooth
- Alimentation : USB (câble et adaptateur secteur fournis)
- Dimensions : 11,5 x 6,5 x 5,7 cm
- Poids : 214 grammes

79 €

VOS SOUVENIRS SERONT-ILS INTACTS  
DANS 10, 20, 30 ANS... ?



**LE NOUVEAU  
SANDISK®  
MEMORY VAULT**  
assure la fiabilité de  
vos photos et vidéos  
**jusqu'à 100 ans\***

Disponible en capacités de 8 Go et 16 Go\*\*  
Garantie à vie†



© 2011 SanDisk Corporation. Tous droits réservés. SanDisk, le logo SanDisk et Stockez Votre Monde Dans Le Nôtre sont des marques de SanDisk Corporation, enregistrées aux États-Unis ainsi que dans d'autres pays. \*Pour plus d'informations, rendez-vous sur [www.sandisk.com/preserve](http://www.sandisk.com/preserve). \*\* 1 gigaoctet (Go) = 1 milliard d'octets. †Garantie de 30 ans en Allemagne et dans les régions ne reconnaissant pas la garantie limitée à vie. ††La connexion s'effectue par port USB 2.0.

**SanDisk®**  
STOCKEZ VOTRE MONDE DANS LE NÔTRE

GUIDE  
46 HARDWARE



People of Lava  
Scandinavia  
42 pouces

■ Téléviseur

Nouveau constructeur suédois, People of Lava est le premier à lancer un téléviseur Google en France avec ce 42 pouces qui fonctionne sous Android. La coque est encadrée de HI-MACS, un matériau industriel utilisé pour réaliser des plans de travail haut de gamme. C'est un composite constitué de résine et de bauxite. On le trouve également dans la construction navale. Le matériau en question est d'une robustesse à toute épreuve mais il n'est pas léger, c'est le moins que l'on puisse dire. Le reste est en métal ou en verre. Bref, c'est du sérieux. La télécommande est plutôt massive, de la taille d'une manette de PlayStation. On y trouve un clavier Qwerty complet et une foultitude de boutons en tous genres. Côté qualité d'image, l'appareil est difficile à régler. Le contraste est limité. La dalle de verre en façade reflète en outre tout ce qui se passe dans la pièce. Surtout, on n'arrive pas à trouver un point de réglage qui convient pour la température des couleurs. En revanche, l'électronique fait du bon travail. Il n'y a pas de fourmillements notables et on peut éteindre tous les filtres antibruit. L'image est plutôt orientée cinéma avec une netteté appréciable sans être clinique. En définition standard, c'est plutôt bon aussi. La netteté est correcte et l'image n'est pas trop bruitée. La réactivité est suffisante pour le jeu vidéo. Au final, l'écran People of Lava est une TV Android qui demande à mûrir un peu car le marché applicatif est encore pauvre, surtout en l'absence de version récente du système.

■ CARACTÉRISTIQUES

Technologie LCD/LED, taille 42 pouces, résolution 1920 x 1080, tuner TNT HD, Android 1.5, 2 HDMI, YUV, USB host, Ethernet, Dongle WiFi, 2 Périph

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT People of Lava : +46 303 79 80 90
- PRIX **2 500€**

Logitech  
Wireless  
Touchpad

■ Pavé tactile

Le Wireless touchpad dispose d'une vaste surface tactile plus grande que sur un notebook et de deux clics en bas pour reproduire les boutons droit et gauche d'une souris. Il communique avec le PC sans fil via un nano récepteur Unifying, ce qui permet d'y connecter aussi d'autres périphériques de la marque. Le fonctionnement est identique à celui d'un touchpad de notebook, si ce n'est qu'il est aussi multi-touch. Ainsi, en glissant deux doigts soit de gauche à droite soit de haut en bas, on obtient un défilement vertical ou horizontal. Avec trois doigts, on contrôle la navigation entre les pages (Internet ou traitement de texte). Enfin, le contrôle à quatre doigts permet des actions nouvelles comme le changement d'application. À l'utilisation, cela fonctionne plutôt bien après un temps d'apprentissage. Pour que les commandes soient bien exécutées, il faut vraiment poser le doigt bien à plat sur le pavé tactile. Mais au juste, quel intérêt de posséder un touchpad en plus alors que tout ordinateur portable en a un et qu'une souris est toujours plus précise ? L'usage principal sera de piloter un notebook à distance lorsqu'aucune surface plane n'est disponible pour une souris, par exemple au fond du canapé si le portable est relié au téléviseur pour regarder une vidéo.

■ CARACTÉRISTIQUES

Pavé tactile multi-touch, transmission sans fil 2.4 GHz, portée sept mètres, nano récepteur Unifying, fonctionne sur deux piles AAA

- CATÉGORIE Milieu de gamme
- CONTACT Logitech : 01 44 58 98 98
- PRIX **49€**

Nikon  
P7100

■ Appareil photo

Le P7100 est un compact expert assez volumineux à l'aspect sérieux et hérissé de commandes. L'encombrement et le poids restent toutefois raisonnables. Bien qu'elle puisse sembler identique, cette nouvelle version présente bon nombre d'améliorations significatives par rapport au P7000. Naturellement, c'est un modèle expert avec beaucoup de commandes mécaniques évitant de passer par les menus pour les réglages les plus utiles. De ce point de vue, la principale nouveauté est une roue de commande en face avant. On dispose donc de deux molettes principales qui permettent de régler directement vitesse et diaphragme. Nikon reste fidèle à la définition de son appareil avec le choix d'un zoom couvrant du 28 au 200 mm (en équivalent). Le capteur est un CCD 10 Mpixels et offre une sensibilité pouvant aller de 100 à 3 200 ISO et même 6 400 ISO. Dans la pratique, les performances sont à la hauteur de ce que l'on peut attendre d'un compact expert. En dehors de l'utilisation éventuelle de l'écran orientable, les différences avec le P7000 se résument à une meilleure réactivité générale et à un autofocus plus vélocité. De quoi améliorer sensiblement l'agrément d'utilisation et aussi les résultats obtenus pour certaines prises de vue. La qualité d'image se maintient sur toute l'étendue des focales et le téléobjectif déjà puissant est pleinement utilisable. La montée en sensibilité ISO reste conforme à ce que l'on peut attendre avec un équilibre tout à fait réussi entre élimination du bruit et conservation des détails de l'image.

■ CARACTÉRISTIQUES

Capteur CCD 1/1,7" 10 Mpixels, vidéo 1280 X 720, objectif (équivalent) 24X36) 2,8-5,6/28-200 mm stabilisé, mémoire SD/SDHC/SDXC + 94 Mo internes, écran: 3 pouces orientable, 116,3 x 76,9 x 48 mm, 395 grammes (complet)

- CATÉGORIE Milieu de gamme
- CONTACT Nikon : 01 45 16 45 63
- PRIX **499€**

HTC  
Sensation XL

■ Smartphone

Le Sensation XL est le quasi-jumeau du Titan, le très réussi Windows Phone de la marque. Extérieurement, l'appareil reprend les lignes arrondies et le mélange plastique/métal propre à la marque. Il est très agréable à regarder avec une bonne prise en main. Par contre, sa couleur blanche ne fera sans doute pas l'unanimité. Bien entendu, sa grande taille fait qu'il ne conviendra pas aux petites mains qui pourraient avoir du mal à le tenir. Les composants du téléphone sont identiques à ceux du Titan : un processeur Qualcomm simple cœur cadencé à 1,5 GHz, 768 Mo de mémoire vive et 16 Go de stockage dont 13 utilisables. Une capacité inhabituellement haute pour un terminal HTC mais qui s'explique par l'absence de lecteur micro-SD, un point particulièrement ennuyeux sous Android car la majorité des terminaux en sont dotés. Ce choix est d'autant moins compréhensible au regard de l'orientation musicale du téléphone. En effet, le Sensation XL est le fruit de la collaboration entre HTC et le constructeur de casques Beats. Une paire d'intra-auriculaires iBeats est ainsi fournie dans la boîte.

■ CARACTÉRISTIQUES

Écran 4,7 pouces super LCD processeur Qualcomm Snapdragon 1,5 GHz, mémoire 16 Go, capteur photo 8 Mpixels, A-GPS, Android 2.3.5, connectivité WiFi n, Bluetooth 2.1, micro-USB, 132,5 x 70,7 x 9,9 mm, 162,5 grammes

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT HTC : 01 70 75 91 71
- PRIX **649€**



## Iiyama PLXB2374HDS-B1

### ■ Moniteur

Iiyama s'est fait une réputation de constructeur d'écrans pour le jeu. Toutefois ce n'est pas le cas ici. Iiyama se prête à un exercice auquel il n'est pas habitué : concevoir un moniteur bon à tout faire autour d'une dalle IPS. L'exercice est périlleux mais le constructeur le relève avec brio. La dalle IPS offre des angles de vision larges et même si la consommation de l'électronique est plus élevée, Iiyama la compense grâce à l'adoption d'un rétro-éclairage LED. Les performances sont au rendez-vous aussi. La température des couleurs en mode normal est tout simplement parfaite, à 6500 K. Le contraste est correct sans plus, il est vrai que les dalles IPS sont rarement très performantes sur ce point. L'écran s'en sort bien dans les vidéos et la résolution Full-HD permet d'y connecter un lecteur Blu-ray sans remords. Les couleurs sont belles, il n'y a aucun fourmillement, ni de solarisation évidente. Les tons chair sont bien respectés. En plus, les angles de vision larges permettent de regarder confortablement un film à plusieurs. Dans les jeux, c'est en revanche moins bon. La réactivité est médiocre et l'overdrive programmable n'y change pas grand-chose. Cela reste tout de même jouable. L'écran est réglable en hauteur, en inclinaison et dispose d'un mode pivot. La connectique est suffisamment étendue mais on aurait apprécié un hub USB pour compléter la panoplie. Cerise sur le gâteau, à 230 euros, c'est l'un des écrans IPS les moins chers du marché.

### ■ CARACTÉRISTIQUES

Technologie IPS/LED, taille 23 pouces, résolution 1920 x 1080 pixels, latence 5 ms, contraste 5 000 000 :1 (dyn), luminosité 250 cd/m<sup>2</sup>, connectiques DVI, HDMI, VGA

■ CATÉGORIE Milieu de gamme

■ CONTACT Iiyama : 08 25 82 89 36

■ PRIX **230€**



## iHome W1

### ■ Station Airplay

L'iHome W1 est une enceinte discrète et relativement compacte qui acquiert la musique source en AirPlay, le standard sans fil d'Apple qui exploite le réseau WiFi. Peu profonde, elle se présente sous la forme d'un panneau habillé d'un tissu noir avec un enjoliveur en métal chromé soulignant sa base. L'esthétique allie sobriété et élégance. Le dessus accueille un pavé de commandes tactiles qui s'éclaire d'une lumière bleutée. L'enceinte ne comporte pas de dock pour iPod/iPhone. Pour le raccordement physique, il faut utiliser la prise USB et le câble adaptateur fourni. Par ce biais et une application, on configure facilement la connexion WiFi. À l'arrière, une entrée sur mini-jack est également disponible. Le gros point fort de l'iW1 tient dans le fait qu'il s'agit d'un produit réellement portable. En effet, cette enceinte intègre une poignée de transport et une batterie Lithium-ion (7,4 V, 2 600 mAh) qui se recharge en la posant simplement sur un socle. À l'écoute, la station iHome délivre un son propre, certes avec un grave qui n'est pas abyssal et une dynamique un peu plate, mais pas dénué de chaleur et bénéficiant de timbres bien équilibrés ainsi que d'une définition et d'une intelligibilité appréciables. Par ailleurs, la puissance acoustique est largement suffisante pour une écoute en semi-proximité dans toutes les pièces d'une habitation ou même dans le jardin.

### ■ CARACTÉRISTIQUES

2 boomers de 8,5 cm, 2 tweeters de 25 mm, entrée auxiliaire mini-jack, port USB (pour appareils iOS et mise à jour), Airplay (par WiFi), télécommande, 31,7 x 18,6 x 9,4 cm, poids 2,72 kg

■ CATÉGORIE Milieu de gamme

■ CONTACT Comtrade : 01 56 47 04 70

■ PRIX **300€**



## Samsung Galaxy Nexus

### ■ Smartphone

Le Galaxy Nexus est le troisième smartphone officiel Google. Contrairement au Nexus S qui était basé sur le Galaxy S, le Galaxy Nexus est un développement original. Il s'agit d'un smartphone légèrement incurvé et doté d'une petite « bosse » en bas de l'appareil. Il est aussi plus grand que son prédécesseur, passant d'un écran de 4 à 4,65 pouces mais aussi nettement plus fin avec 8,9 au lieu de 10,8 mm alors que le poids n'augmente que très peu pour atteindre les 135 grammes. À l'intérieur, on trouve un puissant processeur double cœur cadencé à 1,2 GHz. Mais là où ce Nexus impressionne, c'est par son écran. Il adopte une résolution de 1280 x 720 qui lui permet d'atteindre une densité semblable aux écrans Retina de l'iPhone. La partie logicielle n'est pas en reste avec la version 4.0 de l'OS de Google. Elle inaugure une nouvelle interface qui est nettement plus agréable à utiliser et constitue un énorme pas en avant pour Android. Le Galaxy Nexus n'est pas parfait, on peut lui reprocher une finition trop plastique ou un capteur photo médiocre, mais dans l'ensemble on est en présence d'un quasi sans-faute. C'est pour l'heure le nouvel androphone de référence.

### ■ CARACTÉRISTIQUES

Écran 4,6 pouces Super-Amoled, processeur Texas Instruments 1,2 GHz, mémoire 16 Go, capteur photo 5 Mpx, A-GPS, Android 4.0, connectivité WiFi n, Bluetooth 3.0, micro-USB, 123,9 x 67,94 x 8,94 mm, 135 grammes

■ CATÉGORIE Haut de gamme

■ CONTACT SAMSUNG FRANCE : 0825 086 565

■ PRIX **630€**



## Mio Moov M610

### ■ GPS

Le Moov M610 bénéficie d'un écran large de cinq pouces (12,7 cm) et d'un tarif serré. Son écran et ses bords imposants lui confèrent une allure un peu massive mais son support absorbe bien les chocs. Le logiciel de navigation dispose d'une recherche et d'un calcul d'itinéraire rapides. Les fonctions supplémentaires d'aide à la conduite sont nombreuses avec l'affichage des sorties d'autoroute en 3D, l'assistant au changement de voie et un avertissement lors du dépassement de la vitesse limite. La carte des radars n'est disponible que pendant trois mois. Il faudra ensuite s'acquitter d'un abonnement de 30 euros par an. Intégrant les cartes de Tele Atlas, le M610 propose la fonction IQ Routes. Lors du calcul d'un itinéraire, les informations statistiques sur les routes empruntées sont prises en compte pour optimiser le trajet et afficher un temps de parcours plus proche de la réalité. Enfin, la fonction LearnMe est capable d'apprendre le style de conduite de l'utilisateur. Ainsi au bout de quelques trajets, il proposera des itinéraires plus en phase avec les habitudes du conducteur (type de route, vitesse de conduite...).

### ■ CARACTÉRISTIQUES

Écran 5 pouces, carte Europe, assistant changement de voie, échangeurs d'autoroute 3D, Text-to-Speech, 142 x 86 x 15 mm, 171 grammes

■ CATÉGORIE Milieu de gamme

■ CONTACT Mio France : [www.mio.com](http://www.mio.com)

■ PRIX **119,90€**

**GUIDE**  
**48 JEUX**



**Marie-Antoinette et les Disciples de Loki**

■ **Aventure/Puzzle**  
■ **13 janvier**

Après la version PC et en attendant la version pour appareils iOS, Némopolis publie Marie-Antoinette et les Disciples de Loki sur la console portable de Nintendo. Rappelons que le titre met en scène un complot visant à s'inspirer de récits dérobés de la Reine pour écrire un opéra à scandale. Au fil de l'enquête, qui marie aventure, énigmes à résoudre et scènes d'action, le joueur va découvrir une dangereuse conspiration et va dialoguer avec des personnages emblématiques comme Mozart ou Benjamin Franklin.

■ **PLAN MARKETING**

L'éditeur annonce des dispositifs en magasins (displays en grande distribution) et sur les sites de vente. Les réseaux sociaux sont également mis à contribution et des concours sont mis en place.

- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Némopolis
- **ÉDITEUR** Némopolis
- **DISTRIBUTEUR** Némopolis
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1
- **JEU EN LIGNE** Non
- **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

**30€ environ**



**Grand Chelem Tennis 2**

■ **Simulation sportive**  
■ **9 février**

Après un premier opus paru sur Wii à l'été 2009 et exploitant les vertus du Wii Motion Plus, Electronic Arts donne une suite à sa simulation de tennis mais, cette fois-ci, sur les deux consoles HD. Contrairement à la version Wii, les sportifs ont ici des proportions réalistes et le jeu donne dans le photoréalisme. EA souligne que le jeu inclut les quatre tournois du Grand Chelem (dont Wimbledon, Roland Garros...) ainsi que de nombreux sportifs actuels ou passés (dont Becker ou McEnroe). Le jeu repose sur un gameplay innovant (le stick droit permet de contrôler les coups directement). Le titre est compatible avec PlayStation Move.

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Electronic Arts
- **ÉDITEUR** Electronic Arts
- **DISTRIBUTEUR** Electronic Arts
- **NOMBRE DE JOUEURS** NC
- **JEU EN LIGNE** NC
- **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

**NC**



**Soul Calibur V**

■ **Combat**  
■ **3 février**

Série emblématique dans le domaine des jeux de combat « un contre un », Soul Calibur a bâti sa réputation en mettant en scène des affrontements à l'arme blanche très spectaculaires. Le scénario prend place 17 ans après le précédent volet. Une douzaine de nouveaux personnages apparaissent et cotoient des combattants connus qui ont pris quelques années. Soul Calibur V affiche plusieurs nouveautés comme un système de création et personnalisation de personnages avancé, de nombreux objets à débloquer au fil du jeu, ou encore une nouvelle jauge d'attaque spéciale lors des combats. Le héros d'Assassin's Creed fait partie des personnages surprise. Une version collector est proposée.

■ **PLAN MARKETING**

Namco Bandai communique sur le lancement via une campagne d'affichage à la sortie, un plan Internet (sites spécialisés). La communauté va être fortement ciblée avec de la publicité orientée dans ce sens (Presse papier et Web). Un journal national est prévu. L'éditeur souligne sa volonté de travailler le titre « sur la longueur ».

- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Namco Bandai
- **ÉDITEUR** Namco Bandai
- **DISTRIBUTEUR** Namco Bandai
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 2
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

**70€ environ (version standard)**



**Final Fantasy XIII-2**

■ **Jeu de Rôle (RPG)**  
■ **3 février**

Retour sur Gran Pulse quelques années après le premier épisode. L'héroïne Lightning a disparu et est considérée comme morte. Suite à la chute d'une météorite tombée du ciel, la population est menacée et Serah, accompagnée d'un mystérieux personnage venu du futur, se met en quête de retrouver Lightning. Au programme, des combats toujours plus nerveux, un environnement plus grand et interactif, des voyages dans le temps et plus de 150 monstres à combattre !

■ **PLAN MARKETING**

Aussi massif que Final Fantasy XIII premier du nom, une campagne TV est au programme, en presse ainsi qu'en trade. Un partenariat avec Microsoft est à nouveau annoncé.

- **MISE EN PLACE** Non communiquée
  - **DÉVELOPPEUR** Square Enix
  - **ÉDITEUR** Square Enix
  - **DISTRIBUTEUR** Square Enix
  - **NOMBRE DE JOUEUR** 1
  - **JEU EN LIGNE** Non
  - **PRIX PUBLIC CONSTATÉ**
- 59.90€** (Édition Standard - XB360/PS3)  
**64.90€** (Édition Collector - XB360)  
**69.90€** (Édition Collector - PS3)  
**89.90€** (Édition Cristal - XB360/PS3)



## The Darkness II

■ FPS  
■ 10 février

Suite du premier opus vendu à près d'un million d'exemplaires selon l'éditeur, The Darkness II replonge le joueur dans une ambiance sombre très orientée comics directement issue de la bande-dessinée homonyme de Marc Silvestri (parue il y a 15 ans). Jouable jusqu'à quatre en coopération, le jeu retrace l'histoire brutale et unique de Jackie Estacado, possesseur du Darkness, une force ancienne et impitoyable qui rime avec chaos et de destruction. À noter qu'une édition limitée est commercialisée simultanément, incluant le deux premiers volumes du comics The Darkness Origins en version digitale, une illustration réalisée de l'auteur, une tenue additionnelle pour le Darkling et deux pouvoirs supplémentaires pour Jackie.

- PLAN MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Digital Extremes
- EDITEUR 2K Games
- DISTRIBUTEUR Take Two Interactive
- NOMBRE DE JOUEURS NC
- JEU EN LIGNE Oui
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ  
60€ environ



## Les Royaumes d'Amalur: Reckoning

■ Jeu de rôle/action  
■ 9 février

Annoncé par Electronic Arts et 38 Studios comme le « premier volet d'un vaste et nouvel univers fantastique », Les Royaumes d'Amalur: Reckoning prend place dans un univers créé par l'écrivain de fantasy R.A. Salvatore et doté de la patte graphique de Todd MacFarlane (créateur de Spawn). Dans la peau d'un soldat ressuscité, le joueur devra percer les mystères d'Amalur, entre exploration et (nombreux) combats, pour tenter de vaincre Gadhflow et son armée de Tuatha. A noter que Les Royaumes d'Amalur: Reckoning est exclusivement jouable en solo.

- PLAN MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Big Huges Games
- EDITEUR Electronic Arts
- DISTRIBUTEUR Electronic Arts
- NOMBRE DE JOUEURS NC
- JEU EN LIGNE NC
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ  
70€ environ (consoles)

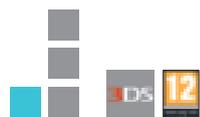


## Catherine

■ Action/aventure  
■ 9 février

Le joueur incarne ici Vincent, un jeune homme en plein dilemme amoureux alors que sa petite amie lui parle d'engagement et qu'il fait la rencontre d'une séductrice. Il devra faire des choix moraux cruciaux pour son existence et participer pour l'occasion à de multiples mini-jeux et autres casses-têtes mettant par exemple en scène les cauchemars du malheureux en pleine tourmente. Catherine peut être jouée à deux en mode compétition ou coopération. Localisé en Français, le jeu profite également en Europe d'une édition collector comprenant divers bonus (T-shirt, dessous de verre, poster).

- PLAN MARKETING L'éditeur a commencé par une première vague en print (pages en presse jeux vidéo et trade). Avant le lancement, une campagne online originale de deux semaines proposait un concours avec à la clé le choix entre un séjour romantique pour deux ou une « soirée sensuelle » pour rester dans le ton du jeu. Une campagne de 10 jours est ensuite enclenchée au lancement.
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Atlus
- EDITEUR Deep Silver
- DISTRIBUTEUR Koch Media
- NOMBRE DE JOUEURS 1 à 2
- JEU EN LIGNE Non
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ  
60€ environ, 70€ en collector



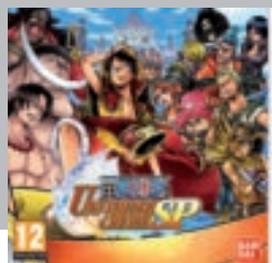
## One Piece Unlimited Cruise SP

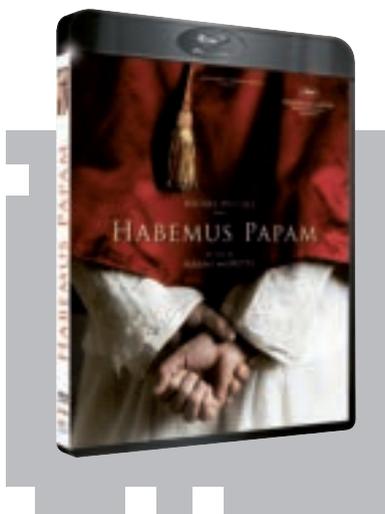
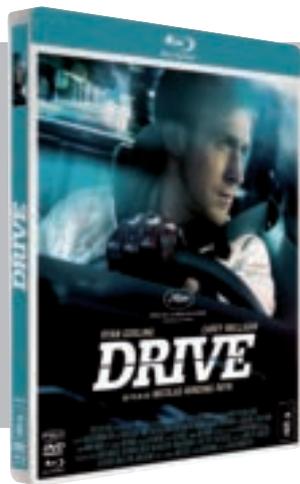
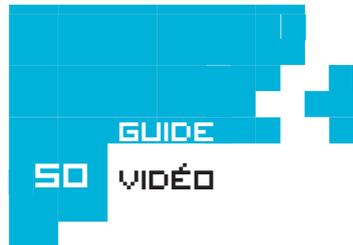
■ Action/aventure  
■ 10 février

Pour la première fois, la fameuse licence One Piece (champion des ventes du rayon mangas) fait une apparition sur Nintendo 3DS. Après les jeux Wii et DS, la dernière console portable de Nintendo permet ici de se lancer dans une aventure où le joueur doit explorer quatre îles pleines de secrets et combattre les ennemis emblématiques de la série. Outre les graphismes en relief, ce jeu propose de nouveaux modes de jeu inédits comme le mode Marineford, dans lequel il s'agit de contrôler plusieurs personnages lors de duels

où il faudra user de leurs pouvoirs et capacités. Parmi les premiers tirages du jeu, une édition limitée contiendra en sus une figurine.

- PLAN MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Ganbarion
- EDITEUR Namco Bandai
- DISTRIBUTEUR Namco Bandai
- NOMBRE DE JOUEURS NC
- JEU EN LIGNE Non
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ  
45€





## Dans les coulisses du Vatican Habemus Papam

■ **Comédie dramatique**  
■ **8 février**

Après la mort du pape, le Conclave se réunit pour élire son successeur. Mais le nouveau Pape ne semble pas supporter le poids d'une telle responsabilité. Le réalisateur italien Nanni Moretti (La Chambre du fils, Le Caiman) offre à Michel Piccoli le rôle du souverain pontife et s'octroie en tant qu'acteur celui du psychiatre chargé de le remettre dans le droit chemin. Présenté en compétition officielle au dernier Festival de Cannes, le film a totalisé près de 700 000 entrées en France.

■ **MISE EN PLACE**  
20 000 exemplaires

■ **PLAN MARKETING**

Le titre est soutenu par des partenariats avec Télérama, Le Point, Le Nouvel Observateur, France Inter et une campagne TV sur France Télévisions.

■ **EDITEUR** France Télévisions Distribution

■ **DISTRIBUTEUR** Sony Pictures Home Entertainment

■ **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

**19,99€** (DVD)  
**24,99€** (Blu-ray combo)



## La Belle et la Bête Un Monstre à Paris

■ **Animation**  
■ **15 février**

Un Monstre à Paris marque une nouvelle étape dans la fructueuse collaboration entre Vanessa Paradis et Mathieu Chédid avec cette œuvre d'animation rythmée par des chansons. Le Paris des années 1900 sert de cadre au film où une étrange créature met en alerte la capitale. Réalisé par le français Eric Bergeron qui avait travaillé auparavant aux Etats-Unis sur La Route d'Eldorado et Gang de requins, ce film d'animation frais et poétique a su trouver son public et a séduit 1,6 million de spectateurs.

■ **MISE EN PLACE**

148 000 DVD, 20 000 Blu-ray, 12 000 Blu-ray 3D

■ **PLAN MARKETING**

Ciblant en priorité les enfants 4-10 ans et leur mamans, la campagne média de 900 000 euros s'articule autour d'un plan TV de 550 000 euros et d'un plan presse de 150 000 euros dans Télé Poche et Télé Star. 100 000 euros sont investis sur jedessine.com et 100 000 euros sur M6 Mobile.

■ **EDITEUR** EuropaCorp

■ **DISTRIBUTEUR** Fox Pathé Europa

■ **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

**19,99€** (DVD)  
**24,99€** (Blu-ray)  
**29,99€** (Blu-ray 3D)



## À toute allure Drive

■ **Thriller**  
■ **8 février**

S'étant fait connaître avec la trilogie Pusher, le cinéaste danois Nicolas Winding Refn signe avec Drive sa première réalisation outre-Atlantique et adapte le roman noir éponyme de James Sallis. Ryan Gosling, la nouvelle coqueluche américaine, incarne un cascadeur qui se métamorphose le soir en pilote de voitures pour le compte de gangsters. Prix de la mise en scène au Festival de Cannes, Drive s'est imposé comme un polar sous haute tension avec des courses poursuites d'une grande virtuosité. Il a réuni plus de 1,5 million de spectateurs.

■ **MISE EN PLACE**

200 000 exemplaires

■ **PLAN MARKETING**

Pour la plus grosse sortie de l'année au catalogue Wild Side, l'éditeur fait une campagne de publicité plurimédia de plus de deux millions d'euros avec un plan TV de 850 000 euros sur les chaînes hertziennes et en complément sur TNT-câble-sat, un plan presse de 800 000 euros et un plan radio de 420 000 euros avec pour partenaire RMC.

■ **EDITEUR** Wild Side Vidéo

■ **DISTRIBUTEUR** Universal StudioCanal Vidéo

■ **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

**19,99€** (DVD)  
**24,99€** (Blu-ray)



## Un beau pedigree La Belle et le Clochard

■ **Animation**  
■ **1<sup>er</sup> février**

On ne présente plus ce grand et éternel classique des studios Disney. Sorti pour la première fois au cinéma en décembre 1955, le dessin animé a réalisé au total au box-office plus de 11 millions d'entrées. En fin de commercialisation vidéo depuis 2007, le long métrage fait son retour dans les linéaires accompagné de sa suite La Belle et le Clochard 2 : L'Appel de la Rue. Les aventures du cocker Lady et du chien errant, Clochard, vont à nouveau séduire petits et grands. A ne manquer : la scène culte des spaghettis au restaurant italien.

■ **MISE EN PLACE**

200 000 exemplaires toutes éditions confondues dont 50 000 Blu-ray

■ **PLAN MARKETING**

Le dessin animé est appuyé à sa sortie par une campagne TV ou catch up TV sur deux semaines, un partenariat radio avec Chérie FM et un soutien sur Disney.fr. L'offre Disney Privilèges permet de gagner un week-end à Venise.

■ **EDITEUR** Disney

■ **DISTRIBUTEUR** Disney

■ **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

**19,99€** (DVD)  
**24,99€** (Blu-ray)

# NO PHONY

Innovative product development and first class sound.

# JAYS®

**XTRIUM**

La passion pour nos marques

## a-JAYS One+

pour HTC, Samsung, Blackberry, LG, Motorola et Apple...

Made for Many\*



Contrôler vos conversations et toute votre musique sur votre téléphone portable avec les fonctions décrocher / raccrocher et lecture / pause.

**CONTRÔLES SUPPLÉMENTAIRES**

personnalisables avec l'application gratuite Android.



\*Made for Many - Fait pour tous. No phony - sans concessions... Téléphones non testés. www.jays.us

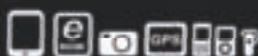
▶▶▶ [www.xtrium.com](http://www.xtrium.com) ◀◀◀

XTRIUM DISTRIBUTEUR AGEE EN FRANCE EDIFIER® Comply™ Innergie JAYS® MARWARE PHONAK RAZER

### Innergie

**MAGIC CABLE TRIO**

CÂBLE USB 3 EN 1 INTELLIGENT POUR MINI USB, MICRO USB ET APPLE  
Pour iPads, iPhones, smartphones, iPods, baladeurs numériques, livres électroniques, GPS et plus.



Made for  
iPod iPhone iPad

### EDIFIER®

**Audio Candy™**

Enceintes idéales pour écouter la musique n'importe où



Lecteur SD (MP3 / WMA)



Recharge par port USB



Batterie en lithium (24 h d'autonomie)



## LA MOBILITÉ AU RYTHME DE LA VIE NVIDIA® TEGRA® 3 PROCESSEUR MOBILE



Assurez-vous que votre tablette soit équipée du super processeur NVIDIA® Tegra® 3.

- > **Profitez des capacités multitâches sur quad-core où que vous soyez.** Partagez vos photos, téléchargez votre musique, tout en tchattant par vidéo et en envoyant vos textos.
- > **Surfez sur le Web sans attendre, y compris en Flash !** Lancez plus vite vos sites favoris et exécutez toutes vos applications simultanément grâce à la navigation multitâche et multimédia.
- > **Vivez une expérience mobile de qualité console.** Ne laissez plus vos jeux passionnants chez vous ! Branchez votre manette de jeu sans fil et vivez des sensations aussi fortes que sur console !
- > **Regardez ce que vous voulez où vous voulez.** Profitez de films en qualité Blu-ray et regardez toutes vos vidéos. Vous pouvez même connecter votre appareil mobile sur votre TV HD et profiter de vos films 3D relief sur grand écran !

Pour en savoir plus sur Tegra 3, rendez-vous sur [www.nvidia.fr/tegra](http://www.nvidia.fr/tegra)



Installez l'application Tegra® Zone pour profiter des derniers jeux Tegra. Rendez-vous sur [www.tegrazone.com](http://www.tegrazone.com) pour accéder aux derniers jeux, tests et actualités.



**ASUS**  
Inspiring Innovation • Persistent Perfection

*Eee Pad Transformer Prime*

Découvrez vite la première tablette tactile équipée du processeur NVIDIA® Tegra® 3.

©2011 NVIDIA Corporation. Tous droits réservés. NVIDIA, le logo NVIDIA et Tegra sont des marques commerciales et/ou des marques déposées de NVIDIA Corporation aux États-Unis et dans d'autres pays. Tous les autres noms de sociétés et/ou de produits peuvent constituer des marques commerciales ou déposées de leurs sociétés respectives, auxquelles elles sont associées.

**POWERED BY  
NVIDIA® TEGRA®**